



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA
EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN
PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.

AUTORA:

SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ

DIRECTOR:

ING. GUILLERMO BRUCIL

RESUMEN EJECUTIVO

En la sociedad Ecuatoriana se reconoce características poblacionales como es la del consumo de bienes, productos y servicios, sea con la finalidad de satisfacer necesidades básicas o en su defecto como complementos de la vida cotidiana. Uno de estos requerimientos de la humanidad es el de la alimentación, en donde la dieta nutricional integra varios grupos de alimentos, entre ellos componentes, como los cárnicos, que proporcionan elementos que nutren al ser humano.

El presente trabajo de grado se plantea el estudio de factibilidad de la creación de una Empresa Municipal de Rastro llamada “La Purita”, que brindara el servicio de faenamiento con domicilio en la Provincia del Carchi, Cantón San Pedro de Huaca.

Para lo cual se realizó una serie de investigaciones que implico la revisión documental, bibliográfica del lugar de la problemática relacionada al tema de estudio, en donde se evidencio que el proyecto desde el punto de vista social, económico y ambiental es viable debido a que en el sector no existe una empresa que preste el servicio de certificación sanitaria y de faenamiento.

Destacando que actualmente es impensable que en las Ciudades Ecuatorianas o a nivel general se obtengan alimentos cárnicos de dudosa procedencia, para el consumo masivo de la población, indistintamente del lugar de asentamiento de las mismas. Por lo que el desarrollo del proyecto da comienzo a la iniciativa de que observen aspectos que confluyan positivamente para el adelanto de la sociedad del Cantón, como es el de disponer de conglomerado humano sano, ya que se alimentan con productos cárnicos altamente recomendables, higiénicamente tratados y con el adicional que una empresa pública respalda el servicio que es política pública obligatoria de sanidad.

EXECUTIVE SUMMARY

In the Ecuadorian society recognizes population characteristics such as the consumption of goods, products and services, whether in order to meet basic needs or failing as complements everyday life.

One of the requirements of humanity is the power, where nutritional diet integrates several food groups, including components such as meat, which provide elements that feed humans.

This paper arises grade feasibility study of setting up a company Municipal trail called "La Purita" there offering the service of slaughtering, residing in Carchi Province, Canton San Pedro de Huaca.


To which we made a series of investigations that involved the review documentary, literature and the place of the problems related to the topic of study, where the project is evidenced from the standpoint of social, economic and environmental feasibility because that in the area there is no service company providing health certification and slaughter.

Stressing that now is unthinkable that in the Ecuadorian cities or general level obtained dubious meat foods for mass consumption of the population, regardless of the place of settlement of the same.

As the project begins the initiative to observe positive aspects that come together for the advancement of the society of canton, as is the human group to have healthy, because they feed with highly recommended meat products, hygienically treated and with additional supports a public service that is compulsory public health policy

AUTORÍA

Yo, SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ, con cédula de ciudadanía número 040144188-6, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”, que no ha sido presentado en ningún otro grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ

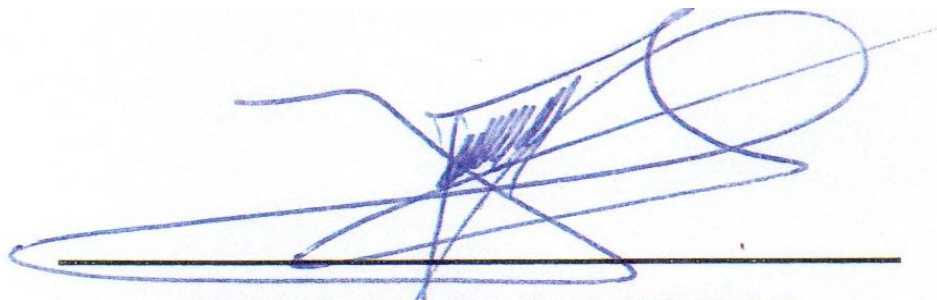
C.I.0401441886

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos correspondientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 16 días del mes de Octubre del 2013.

Firma

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a horizontal line at the bottom, positioned above a solid black horizontal line.

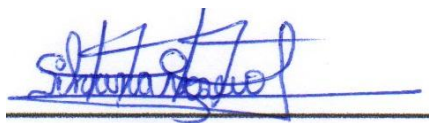
ING. GUILLERMO BRUCIL

CC.1001532371

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ, con cédula de ciudadanía número 040144188-6, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador artículos 4,5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada, en concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Firma

Nombre: SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ

Cédula: 0401441886

Ibarra, a los 16 días del mes de Octubre del 2013

AUTORIZACIÓN DE USO Y DE PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401441886		
APELLIDOS Y NOMBRES:	SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ		
DIRECCIÓN:	PROVINCIA DEL CARCHI, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA		
EMAIL:	silvarosero@live.com		
TELÉFONO FIJO:		TÉLEFONO MÓVIL:	0980058211

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTORA:	SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ
FECHA:AAAMMDD	2013-06-12
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR/ DIRECTOR:	ING. GUILLERMO BRUCIL

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, SILVANA SAYRA ROSERO GUIZ, con cédula de ciudadanía número 040144188-6, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales por lo que a sumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de Octubre del 2013.

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Firma).....

Silvana Rosero

Ing. Betty Chávez

C.C:0401441886

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Honorable Consejo Universitario

Dedicatoria

A Dios, por permitirme recorrer este camino y darme la fuerza para continuar y no desmayar, siendo mi guía y fortaleza, a mis padres porque creyeron en mí, me sacaron adelante dándome ejemplos dignos de superación y entrega a lo largo de mi vida. Han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

Hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, por el orgullo que sienten por mí fue lo que me hizo ir hasta el final, va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí una gran profesional es por ellos que soy lo que soy ahora.

A mi novio Eduardo que ha sido el impulso durante mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento.

SILVANA ROSERO

Agradecimiento

Antes que a todos quiero agradecer a Dios por darme las fuerzas necesarias en los momentos en que más las necesité y bendecirme con la posibilidad de caminar a su lado durante toda mi vida.

A mi familia por haberme apoyado a lo largo de mi vida estudiantil, a mis maestros quienes con paciencia y dedicación, impartieron los valiosos conocimientos.

Y el reconocimiento más especial a mi director de Trabajo de Grado, el Ing. Guillermo Brucil, amigo y fiel testigo de mi lucha por superarme, quien con su experiencia, capacidad profesional hizo posible el desarrollo del presente trabajo.

A mis amigas por darme su sincera amistad poniendo siempre un granito de arena en las metas que me he propuesto.

SILVANA ROSERO

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación está direccionado a la creación de la Empresa Municipal de Rastro, en el Cantón San Pedro de Huaca y contiene:

CAPITULO I DIAGNOSTICO SITUACIONAL.- Para la realización de este capítulo se recolecto información histórica y actual referente al consumo, comercialización y faenamiento de animales, para cárnicos en el Cantón San Pedro de Huaca, con la finalidad de implementar un diagnostico general del tema de estudio.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO.- Se hizo referencia al bagaje contextual, conceptual de todos los elementos que se describen en los contenidos, es decir del tema en sí mismo.

CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO.- Consintió en la valoración de la oferta y la demanda para determinar un segmento de mercado al cual dirigir el servicio de faenamiento y certificación sanitaria.

CAPÍTULO IV PROPUESTA TECNICA.- Se describió de manera pormenorizada la manera como se va a realizar el manejo operativo, técnico y administrativo de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.

CAPÍTULO V ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.- Se determinaron aspectos como la base filosófica de la empresa, la estructura y jerarquización de la misma, además de establecer las funciones y perfiles profesionales del personal.

CAPÍTULO VI ANALISIS FINANCIERO.- Se reflejaron en este capítulo la inversión, los ingresos y los egresos que obtendrá el proyecto, así como el análisis de la viabilidad financiera de la empresa.

CAPÍTULO VII ANALISIS IMPACTOS.- Se valoró los principales impactos que puede producir la puesta en ejecución de la propuesta.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ITEM	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y DE PUBLICACIÓN	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
INTRODUCCIÓN	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XVIII
ÍNDICE DE CUADROS	XXIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXIII
CAPÍTULO I	26
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	26
1.ANTECEDENTES	26
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	27
1.1.1 OBJETIVO GENERAL	27
1.1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	27
1.1.3 VARIABLES DEL DIAGNOSTICO	28
1.1.3.1 VARIABLES	28
1.1.3.2 INDICADORES	29
1.2 MECÁNICA OPERATIVA	33
1.2.1 POBLACIÓN	33
1.2.2 IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA	33
1.2.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	35
1.2.3.1 Información Primaria	35
1.3 ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS DATOS	36

1.4 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS	36
1.4.1 ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS DE EXPENDIO DE COMIDAS Y BEBIDAS (RESTAURANTES).....	36
1.4.1.1 Identificación Foda Restaurantes.....	49
1.4.2 ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS CONSUMIDORAS POTENCIALES DE CÁRNICOS	51
1.4.2.1 Identificación Foda Familias.....	66
1.4.3 ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE CÁRNICOS	67
1.4.3.1 Identificación Foda Comerciantes	78
1.4.4 ENTREVISTA DIRIGIDA AL ALCALDE DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA.....	79
1.4.5 ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CONCEJALES DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA	83
1.4.6 MATRIZ FODA GENERAL	88
1.4.7 CRUCE FODA.....	89
1.4.8 PROBLEMA DIAGNÓSTICO	90
2. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD	93
2.1 DEFINICIÓN.....	93
2.2 TIPOS DE FACTIBILIDAD	93
2.3 IMPORTANCIA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	94
2.4 ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	95
2.5 EL DIAGNOSTICO DE UN PROYECTO.....	95
2.5.1 DEFINICIÓN.....	96
2.6 ESTUDIO DE MERCADO	96
2.6.1 DEFINICIÓN.....	96
2.1.1 MERCADO	97
2.1.1.1 Clasificación de los mercados.....	98
2.1.2 SEGMENTO DE MERCADO.....	99
2.1.2.1 Demanda	100

2.1.2.2	Oferta	100
2.1.2.3	Demanda Insatisfecha.....	101
2.1.3	MARKETING MIX	101
2.2	ESTUDIO TÉCNICO.....	103
2.2.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	103
2.2.2	CAPACIDAD DISEÑADA.....	104
2.2.3	LOCALIZACIÓN	104
2.2.3.1	Método de Localización.....	104
2.3	EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....	105
2.3.1	ESTADOS FINANCIEROS	106
2.3.1.1	Balance de General.....	106
2.3.1.2	Estado de Resultados	107
2.3.1.3	Flujo de Caja	107
2.3.2	ANÁLISIS FINANCIERO.....	108
2.3.2.1	Tasa Mínima de Rentabilidad.....	108
2.3.2.2	Valor Actual Neto.....	108
2.3.2.3	Tasa Interna de Retorno.....	109
2.3.2.4	Punto de Equilibrio	109
2.4	TIPOS DE EMPRESAS	110
2.5	EMPRESA DE RASTRO, CAMAL O MATADERO	112
2.5.1	DEFINICIÓN	112
2.5.2	TIPOS DE EMPRESAS DE RASTRO	113
2.5.2.1	Finalidad.....	113
2.5.2.2	Áreas básicas para operación	113
2.5.2.3	Principales equipos y herramientas.....	114
CAPÍTULO III		115
ESTUDIO DE MERCADO		115
3.PRESENTACIÓN.....		115
3.1	IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	115
3.1.1	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	116
3.1.1.1	Ante mortem (antes de morir).....	117
3.1.1.2	In limine mortis (al comienzo de la muerte)	117

3.1.1.3	Post mortem (después de la muerte)	117
3.2	DEMANDA	118
3.2.1	ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO.....	118
3.2.2	CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	118
3.2.2.1	Cantidad de carne consumida	118
3.2.2.2	Promedio de carne consumible por animal faenado	120
3.2.2.3	Demanda de familias por preferencia del tipo de carne	121
3.2.2.4	Demanda familias en unidades por tipo de animal	122
3.2.2.5	Demanda restaurantes en libras y unidades por tipo de animal .	123
3.2.2.6	Demanda diaria total familias y restaurantes	125
3.2.3	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	126
3.2.3.1	Demanda proyectada por familias	127
3.2.3.2	Demanda proyectada por restaurantes.....	130
3.2.4	DEMANDA TOTAL PROYECTADA	135
3.3	OFERTA.....	137
3.3.1	ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO.....	137
3.3.2	CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA	137
3.3.2.1	Oferta proyectada comerciantes	139
3.4	BALANCE DEMANDA OFERTA	144
3.5	Análisis del Precio	145
3.6	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	147
3.7	COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	147
	CAPÍTULO IV.....	149
	PROPUESTA TÉCNICA	149
4.	INTRODUCCIÓN	149
4.1	LOCALIZACIÓN.....	150
4.1.1	MACROLOCALIZACIÓN.....	151
4.1.1.1	Ubicación Geográfica.....	151
4.1.2	MICROLOCALIZACIÓN	152
4.2	TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	155
4.2.1	DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	155
4.2.2	FLUJOGRAMAS DE PROCESOS	155

4.2.3	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	159
4.2.3.1	Recursos Materiales.....	159
4.3	BASE y ESTRUCTURA LEGAL	162
4.3.1	CREACIÓN DE LA ORDENANZA MUNICIPAL.....	162
CAPITULO V		168
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL		168
5.	INTRODUCCIÓN	168
5.1.	DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	168
5.2.	LOGOTIPO	168
5.3.	MISIÓN	168
5.4.	VISIÓN.....	169
5.5.	OBJETIVOS EMPRESARIALES	169
5.6.	POLITICAS CORPORATIVAS.....	169
5.7.	PRINCIPIOS Y VALORES.....	170
5.7.1.	PRINCIPIOS CORPORATIVOS	171
5.7.2.	VALORES CORPORATIVOS	172
5.8.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO	172
5.8.1.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	173
5.8.1.1.	Requerimientos de Mano de Obra.....	173
5.8.1.2.	Descripción de Funciones	175
5.9.	ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA.....	198
5.9.1.	ORDENANZA FACULTATIVA	199
CAPITULO VI.....		210
ESTUDIO FINANCIERO		210
6.	INTRODUCCIÓN	210
6.1.	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	210
6.1.1.	ORIGEN DE LA INVERSIÓN.....	210
6.1.2.	Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio	211
6.1.2.1.	Tasa de Redescuento o de Rendimiento Medio.....	212
6.2.	INVERSIONES	212
6.2.1.	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	212

6.2.1.1.	Terreno	212
6.2.1.2.	Infraestructura	213
6.2.1.3.	Vehículo	213
6.2.1.4.	Maquinaria y Equipo	214
6.2.1.5.	Equipos y Materiales Técnicos	215
6.2.1.6.	Muebles y Enseres.....	216
6.2.1.7.	Equipo de Computación.....	216
6.2.1.8.	Equipo de Oficina.....	217
6.2.2.	RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	217
6.2.3.	ACTIVOS DIFERIDOS	218
6.2.3.1.	Gastos de Constitución	218
6.2.4.	CAPITAL DE TRABAJO	219
6.2.5.	INGRESOS	220
6.2.5.1.	Ingresos proyectados.....	220
6.2.6.	EGRESOS.....	220
6.2.6.1.	Presupuestos de Costos y Gastos.....	220
6.2.6.2.	Costos Operativos de los Servicios.....	221
6.2.6.2.1.	Costos del Servicio de Certificación Sanitaria.....	221
6.2.6.2.2.	Costos del Servicio de Faenamiento.....	221
6.2.6.2.3.	Costos Insumos de planta.....	222
6.2.6.3.	Resumen de Costos Operativos Proyectados	222
6.2.7.	GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	223
6.2.8.	GASTOS DE VENTAS	224
6.2.9.	GASTOS FINANCIEROS.....	225
6.2.10.	RESUMEN DE EGRESOS TOTALES	226
6.2.11.	FINANCIAMIENTO	226
6.2.12.	DEPRECIACIONES	227
6.2.13.	AMORTIZACIONES.....	228
6.2.14.	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	229
6.2.15.	ESTADO DE RESULTADOS	230
6.2.16.	FLUJO DE CAJA	231
6.2.17.	EVALUACIÓN FINANCIERA	231

6.2.17.1. Valor Actual Neto.....	232
6.2.17.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	233
6.2.17.3. Índice de Rentabilidad Costo Beneficio (IRBC)	234
6.2.17.4. Periodo de Recuperación de la Deuda.....	235
6.2.17.5. Punto de Equilibrio	236
CAPITULO VII.....	237
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	237
7.IMPACTOS.....	237
7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS	237
7.2. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS	237
7.3. IMPACTO SOCIAL	238
7.4. IMPACTO AMBIENTAL	239
7.5. IMPACTO ECONÓMICO	240
7.6. IMPACTO EMPRESARIAL	241
7.7. IMPACTO EDUCATIVO.....	242
7.8. MATRIZ GENERAL	243
CONCLUSIONES.....	244
RECOMENDACIONES	246
BIBLIOGRAFÍA	248
LINCOGRAFÍA.....	250
ANEXOS	252

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1 Población del Cantón San Pedro de Huaca.....	33
Tabla N. 2 Consumo de Carne.....	37
Tabla N. 3 Demanda	38
Tabla N. 4 Consumo de Carne de Restaurantes.....	39
Tabla N. 5 Precio.....	40
Tabla N. 6 Precio por Libra de Carne de RES.....	40
Tabla N. 7 Precio por Libra de Carne de Cerdo	41
Tabla N. 8 Características para la Adquisición.....	43

Tabla N. 9 Distribuidores	44
Tabla N. 10 Proveedor.....	45
Tabla N. 11 Atención	46
Tabla N. 12 Atención Recibida	47
Tabla N. 13 Nivel de Aceptación.....	48
Tabla N. 14 Información de Salubridad para el Manejo de Cárnicos	49
Tabla N. 15 Consumo de Carne	51
Tabla N. 16 Preferencias del Tipo de Carne.....	52
Tabla N. 17 Frecuencia del Consumo de Carne	53
Tabla N. 18 Demanda Diaria de Carnes	54
Tabla N. 19 Precio por Libra de Carne de RES	55
Tabla N. 20 Precio por Libra de Carne de CERDO.....	56
Tabla N. 21 Presupuesto	57
Tabla N. 22 Consideración del Precio.....	58
Tabla N. 23 Distribuidores	59
Tabla N. 24 Características	60
Tabla N. 25 Proveedor.....	61
Tabla N. 26 Atención	62
Tabla N. 27 Construcción del Camal	63
Tabla N. 28 Cambio de Técnicas.....	64
Tabla N. 29 Normas de higiene	65
Tabla N. 30 Lugar de Faenamiento	67
Tabla N. 31 Porcinos Faenados	68
Tabla N. 32 Bovinos Faenados.....	69
Tabla N. 33 Libras de Carne Ofertada a Diario de los Tres Tipos de Animales.....	70
Tabla N. 34 Precio por faenamiento de un animal.....	71
Tabla N. 35 Tipo de animal más faenado	72
Tabla N. 36 Lugar de expendio de los productos cárnicos	73
Tabla N. 37 Cantidad en porcentaje de carne comercializada en el Cantón.....	74
Tabla N. 38 Reemplazo de técnicas	75

Tabla N. 39 Aceptación del proyecto.....	76
Tabla N. 40 Percepción del beneficio.....	77
Tabla N. 41 Demanda Diaria de Carnes	119
Tabla N. 42 Cantidad Promedio de consumo diario por tipo de carne ...	120
Tabla N. 43 Libras consumibles por animal faenado	120
Tabla N. 44 Preferencias del Tipo de carne	121
Tabla N. 45 Demanda por libras y tipo de carne 2013	122
Tabla N. 46 Determinación Actual de la Demanda por Familia.....	122
Tabla N. 47 Consumo de Carne Diario de Restaurantes	123
Tabla N. 48 Demanda Restaurantes Diaria de Carne en Libras y Unidades	124
Tabla N. 49 Demanda Diaria Total	125
Tabla N. 50 Demanda Mensual y Anual en Unidades por Tipo de Animal.....	125
Tabla N. 51 Demanda Mensual y Anual en Libras por Tipo de Animal ..	125
Tabla N. 52 Proyección Diaria Familias por Libras y en Unidades.....	127
Tabla N. 53 Proyección por Unidades (Familias)	128
Tabla N. 54 Proyección Libras Requeridas (Familias)	129
Tabla N. 55 Datos Históricos de Restaurantes.....	130
Tabla N. 56 Proyección Futura Restaurantes	131
Tabla N. 57 Proyección de la Demanda Diaria Restaurantes por Años.	132
Tabla N. 58 Proyección de la Demanda en Unidades Mensual y Anual de Restaurantes por Años.....	133
Tabla N. 59 Proyección de la Demanda en Libras de Carne Mensual y Anual de Restaurantes por Años.....	134
Tabla N. 60 Demanda Diaria Total Proyectada.....	135
Tabla N. 61 Demanda Anual Total Proyectada	136
Tabla N. 62 Libras de Carne Ofertadas a Diario de los Tres Tipos de Animales.....	137
Tabla N. 63 Oferta Comerciantes Diaria de Carne en Libras y Unidades	138
Tabla N. 64 Datos Históricos de Restaurantes	139

Tabla N. 65 Proyección Futura Comerciantes	140
Tabla N. 66 Proyección de la Oferta Diaria Comerciantes por Años	141
Tabla N. 67 Proyección de la Oferta en Unidades Mensual y Anual de Comerciantes por Años	142
Tabla N. 68 Proyección de la Oferta en Libras de Carne Mensual y Anual de Comerciantes por Años	143
Tabla N. 69 Balance Diario Actual	144
Tabla N. 70 Balance Actual Mensual	144
Tabla N. 71 Balance Anual al 2013	144
Tabla N. 72 Balance Proyectado Oferta Demanda	145
Tabla N. 73 Precio por faenamiento de un animal	146
Tabla N. 74 Matriz de Microlocalización	153
Tabla N. 75 Presupuesto de Mobiliario, Maquinaria y Equipo Bovinos..	160
Tabla N. 76 Presupuesto de Mobiliario, Maquinaria y Equipo Porcinos.	161
Tabla N. 77 Presupuesto de Mobiliario, Maquinaria y Equipo Ovinos ...	161
Tabla N. 78 Personal Empresa de Rastro “La Purita”	174
Tabla N. 79 Sueldos Mensuales del Personal	174
Tabla N. 80 Sueldos Anuales del Personal	175
Tabla N. 81 Estructura de la Inversión	210
Tabla N. 82 Fuente de la Inversión	211
Tabla N. 83 Costo de Oportunidad	211
Tabla N. 84 Activo Fijo Terreno	212
Tabla N. 85 Activo Fijo Infraestructura	213
Tabla N. 86 Activo Fijo Vehículo	213
Tabla N. 87 Mobiliario, Maquinaria y Equipo Bovinos - Ovinos	214
Tabla N. 88 Mobiliario, Maquinaria y Equipo Porcinos	215
Tabla N. 89 Equipos y Materiales Técnicos	215
Tabla N. 90 Muebles y Enseres	216
Tabla N. 91 Equipo de Computación	217
Tabla N. 92 Equipo de Oficina	217
Tabla N. 93 Resumen de Inversiones en Activos Fijos	218

Tabla N. 94 Gastos de Constitución.....	219
Tabla N. 95 Capital de Trabajo	219
Tabla N. 96 Ingresos proyectados	220
Tabla N. 97 Proyección Mano de Obra Operativa Certificación Sanitaria.....	221
Tabla N. 98 Proyección Mano de Obra Operativa Servicio de Faenamiento.	221
Tabla N. 99 Insumos operativos.....	222
Tabla N. 100 Insumos Proyectados	222
Tabla N. 101 Costos Operativos Proyectados.....	223
Tabla N. 102 Gastos Administrativos	224
Tabla N. 103 Proyección Anual Gastos de Ventas.....	225
Tabla N. 104 Proyección Gastos Financieros	225
Tabla N. 105 Egresos Totales Proyectados	226
Tabla N. 106 Amortización del Préstamo	227
Tabla N. 107 Depreciación Activos Fijos.....	227
Tabla N. 108 Depreciación con Valor de Salvamento	228
Tabla N. 109 Proyección de Amortizaciones.....	228
Tabla N. 110 Estado de Resultados Proyectado0.....	230
Tabla N. 111 Flujo de Caja Proyectado con Protección	231
Tabla N. 112 Flujos Actualizados.....	232
Tabla N. 113 Actualización de Ingresos y Gastos	234
Tabla N. 114 Tiempo de Recuperación de la Deuda.....	235
Tabla N. 115 Identificación de Costos y Gastos.....	236
Tabla N. 116 Niveles de Impacto	237
Tabla N. 117 Evaluación del Impacto Social	238
Tabla N. 118 Evaluación del Impacto Ambiental	239
Tabla N. 119 Evaluación del Impacto Económico	240
Tabla N. 120 Evaluación del Impacto Empresarial.....	241
Tabla N. 121 Evaluación del Impacto Educativo	242
Tabla N. 122 Matriz de Evaluación General de los Impactos	243

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N. 1 Matriz de Relación Diagnóstico	31
Cuadro N. 2 FODA Restaurantes	50
Cuadro N. 3 FODA Familias	66
Cuadro N. 4 FODA Comerciantes.....	78
Cuadro N. 5 Matriz FODA General	89
Cuadro N. 6 Matriz FODA para la Formulación de Estrategias.....	90
Cuadro N. 7 Esquema General de los Componentes y Subcomponentes del Marketing Mix.....	102
Cuadro N. 8 Valores del Estudio Técnico	103
Cuadro N. 9 Flujograma Recepción de Animales	157
Cuadro N. 10 Flujograma Procedimiento de Faenamiento	158

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 1 Periodicidad del Consumo de Carne	37
Gráfico Nº 2 Demanda de Carne Restaurantes	38
Gráfico Nº 3 Cantidad de Carne que se Compra	39
Gráfico Nº 4 Percepción del Precio.....	40
Gráfico Nº 5 Precio de Compra Carne de Res.....	41
Gráfico Nº 6 Precio de Compra Carne de Cerdo	42
Gráfico Nº 7 Factores que Inciden en la Decisión de Compra	43
Gráfico Nº 8 Oferta Carnicos.....	44
Gráfico Nº 9 Expendedor Mayorista.....	45
Gráfico Nº 10 Estilo de Atención	46
Gráfico Nº 11 Estimacion de la Atención Recibida	47
Gráfico Nº 12 Aprobación de la Propuesta	48
Gráfico Nº 13 Conocimiento Normas de Higiene	49
Gráfico Nº 14 Habitos de Consumo Cárnicos	51
Gráfico Nº 15 Preferencias del Tipo de Carne	52

Gráfico N° 16 Periodicidad del Consumo de Carne	53
Gráfico N° 17 Demanda Diaria	54
Gráfico N° 18 Precio de Compra Carne de Res.....	55
Gráfico N° 19 Precio de Compra Carne de Cerdo.....	56
Gráfico N° 20 Dinero Destinado para la Compra Productos Cárnicos ...	57
Gráfico N° 21 Percepción del Precio	58
Gráfico N° 22 Oferta de Carnicos.....	59
Gráfico N° 23 Factores que Inciden en la Decisión de Compra	60
Gráfico N° 24 Expendedore.....	61
Gráfico N° 25 Calificación del Servicio Recibido	62
Gráfico N° 26 Aceptación de la Propuesta	63
Gráfico N° 27 Interés por Aplicar Técnicas Vanguardistas.....	64
Gráfico N° 28 Conocimientos de Criterios de Higiene	65
Gráfico N° 29 Evidencia del Lugar de Procesamiento.....	67
Gráfico N° 30 Cantidad de Porcinos Procesados Semanalmente	68
Gráfico N° 31 Cantidad de Bovinos Faenados Semanalmente	69
Gráfico N° 32 Oferta Diaria por tipo de Carne.....	70
Gráfico N° 33 Valor Pagado por Procesar un Animal	71
Gráfico N° 34 Frecuencia de Animales Faenados.....	72
Gráfico N° 35 Distribucion de Productos Cárnicos	73
Gráfico N° 36 Porcentaje de Carne Vendida en el Cantón.....	74
Gráfico N° 37 Actualización del Manejo de Faenamiento.....	75
Gráfico N° 38 Interés por la Investigación	76
Gráfico N° 39 Grado de Utilidad	77
Gráfico N° 40 Clasificación de los Mercados.....	98
Gráfico N° 41 Poblaciones de Enfoque	99
Gráfico N° 42 La Ubicación de la Planta	105
Gráfico N° 43 Comercialización de Carne Cantón Huaca	116
Gráfico N° 44 Demanda Diaria	119
Gráfico N° 45 Preferencia del Tipo de Carne	121
Gráfico N° 46 Cantidad de carne que se Compra	124
Gráfico N° 47 Tendencia Incremento de Restaurantes	130

Gráfico N° 48 Participacion de un Elemento Adicional	131
Gráfico N° 49 Oferta Diaria de Carne.....	138
Gráfico N° 50 Tendencia Incremento Comerciantes.....	139
Gráfico N° 51 Valor Pagado por Procesar un Animal.....	146
Gráfico N° 52 Mapa de Macrolocalización	151
Gráfico N° 53 Croquis de Microlocalización	153
Gráfico N° 54 Mapa Orgánico Estructural San Pedro de Huaca.....	154
Gráfico N° 55 Distribución de las Instalaciones de la Empresa Municipal de Rastro	156
Gráfico N° 56 Organigrama de la Empresa Municipal de Rastro	173
Gráfico N° 57 Fuentes de Financiamiento	211
Gráfico N° 58 Utilidad Proyectada	230

CAPÍTULO I

DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1. ANTECEDENTES

El Cantón San Pedro de Huaca es uno de los más jóvenes de la provincia del Carchi cuenta con dos parroquias: una Urbana Huaca y una Rural llamada Mariscal Sucre, fue creada el 8 de Diciembre de 1995 con el apoyo mancomunado de todo el pueblo Huaqueño, desde el punto de vista etimológico el nombre de la región no es Huaca sino “Guacán”, que en lengua Pasto quiere decir Madre o Pueblo muy antiguo, según consta en la página web del Municipio de San Pedro de Huaca.

Se encuentra ubicado al Noreste de la Provincia del Carchi, a una altitud de 2.952 metros sobre el nivel del mar, es un cantón religioso por excelencia en donde se venera a la Virgen de la Purificación o la “Purita”, como cariñosamente se la llama, es un cantón que tiene como principales actividades económicas la producción agrícola y ganadera. El sector rural del Cantón tradicionalmente ha sido el proveedor al por mayor y menor de ganado vacuno o bobino, porcino y ovino entre los principales de la zona y sus alrededores, originalmente se buscaba suplir única y exclusivamente las propias necesidades de alimentación, pero con el tiempo se logró generar excedentes en la producción que habitualmente se comercializa.

Actualmente debido a la importancia de esta actividad, se reconoce a los productores de ganado por parte de la entidad pública pertinente como es el Municipio de San Pedro de Huaca, y se manifiesta la iniciativa de realizar los estudios técnicos que permitan crear la Empresa Municipal, como una estrategia de generar desarrollo y elevar la calidad de vida, a través de la creación de nuevas fuentes de empleo y de incrementar los ingresos de los diferentes actores de este medio económico en el Cantón.

Además existe la intención de que la población Huaqueña disponga de variedad y cantidad adecuada de carne, que se constituye en un elemento nutricional básico de la mesa de los lugareños.

El Gobierno Municipal de Huaca, consciente de las necesidades de la población y siempre en procura de mejorar las condiciones socio-económicas de sus habitantes, en el marco del cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir, ha decidido brindar la colaboración con la información acerca del tema para realizar el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”, ya que con el mismo se comercializará productos cárnicos de manera técnica e higiénica, observando estándares y normas de calidad.

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el diagnostico situacional en el Cantón San Pedro de Huaca, con la finalidad de conocer los aspectos que intervienen en la investigación de la factibilidad del proyecto.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1.1.2.1 Identificar el mercado existente del consumo de productos cárnicos en el Cantón San Pedro de Huaca.
- 1.1.2.2 Establecer los hábitos y las preferencias de consumo de carnes en la población de la localidad.

- 1.1.2.3 Investigar los proveedores que comercializan o utilizan como materias primas al por menor y mayor productos de origen animal para el consumo humano.
- 1.1.2.4 Señalar los procesos de comercialización para definir estrategias.
- 1.1.2.5 Revelar la inclinación del manejo técnico apegado a las normas de higiene, que se debe tener en la manipulación de la carne.
- 1.1.2.6 Determinar los aspectos concernientes a la organización empresarial para la propuesta de la Empresa Municipal de Rastro.

1.1.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

Una vez establecidos variables e indicadores se ha relacionado y determinado para cada uno de estos la técnica de investigación científica que sea más apropiada para captar la información requerida; por lo tanto todo lo manifestado se puede visualizar y relacionar horizontalmente en la siguiente matriz:

1.1.3.1 VARIABLES

- Mercado meta
- Consumo
- Proveedores
- Comercialización
- Tecnología e higiene
- Impactos

1.1.3.2 INDICADORES

a. Indicadores de la Variable Mercado

- ✓ Estructura del mercado
- ✓ Demanda potencial
- ✓ Demanda insatisfecha
- ✓ Nicho de mercado

b. Indicadores de la Variable Consumo

- ✓ Hábitos
- ✓ Preferencias
- ✓ Frecuencia
- ✓ Volumen

c. Indicadores de la Variable Proveedores

- ✓ Diferenciación de proveedores
- ✓ Comercializadores
- ✓ Requerimientos de productos cárnicos
- ✓ Preferencias

d. Indicadores de la Variable Comercialización

- ✓ Precio
- ✓ Producto
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción

e. Indicadores de la Variable Tecnología e higiene

- ✓ Aceptación del uso de tecnología
- ✓ Mejoramiento de la higiene
- ✓ Cambios de hábito en el procesamiento

f. Indicadores de la Variable de la Organización Empresarial

- ✓ Composición Política Administrativa del Cantón
- ✓ Base Legal
- ✓ Figura legal de la empresa.

Cuadro N. 1 Matriz de Relación Diagnóstico

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICA	FUENTES
Identificar el mercado existente del consumo de productos cárnicos en el Cantón San Pedro de Huaca	MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura del mercado • Demanda potencial • Demanda insatisfecha • Nicho de mercado 	<p>Entrevista , encuesta, observación</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta y Entrevista</p>	<p>Primaria: Propietarios de restaurantes, picanterías, familias del Cantón y comerciantes. Autoridades Municipales.</p> <p>Secundaria: Bibliografía, páginas de internet.</p>
Establecer los hábitos y las preferencias de consumo de carnes en la población de la localidad.	CONSUMO	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos • Preferencias • Frecuencia • Volumen 	<p>Encuesta, observación</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Primaria: Propietarios de restaurantes, picanterías, familias del Cantón y comerciantes.</p> <p>Secundaria: Bibliografía, páginas de internet.</p>
Investigar los proveedores que comercializan o utilizan como materias primas, al por menor y mayor productos de origen animal para el consumo humano	PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciación de proveedores • Comercializadores • Requerimientos de productos cárnicos • Preferencias 	<p>Observación</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Primaria: Propietarios de restaurantes, picanterías, familias del Cantón y comerciantes.</p> <p>Secundaria: Bibliografía, páginas de internet.</p>

Señalar los procesos de comercialización para definir estrategias.	COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Producto • Plaza • Promoción 	<p>Encuesta, observación</p> <p>Entrevista, encuesta</p> <p>Entrevista, encuesta</p> <p>Encuesta y Entrevista</p>	<p>Primaria: Propietarios de restaurantes, picanterías, familias del Cantón y comerciantes.</p> <p>Secundaria; Bibliografía, páginas de internet.</p>
Revelar la inclinación del manejo técnico apegado a las normas de higiene que se debe tener en la manipulación de la carne.	TECNOLOGÍA E HIGIENE	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación del uso de tecnología • Mejoramiento de la higiene • Cambios de hábito en el procesamiento 	<p>Entrevista , encuesta, observación</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta y Entrevista</p>	<p>Primaria: Propietarios de restaurantes, picanterías, familias del Cantón y comerciantes, Autoridades Municipales.</p> <p>Secundaria: Bibliografía, páginas de internet.</p>
Determinar los aspectos concernientes a la organización empresarial para propuesta de la Empresa Municipal de Rastro	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Composición política administrativa del Cantón • Base Legal • Figura legal de le empresa 	<p>Entrevista observación</p> <p>Entrevista, observación</p> <p>Entrevista</p>	<p>Primaria: Autoridades Municipales.</p> <p>Secundaria: Bibliografía, páginas de internet.</p>

Elaboración: La Autora

1.2 MECÁNICA OPERATIVA

1.2.1 POBLACIÓN

El universo de este estudio de factibilidad está dado por los habitantes del Cantón San Pedro de Huaca, tanto de la población urbana como la rural, hombres y mujeres, según datos proporcionados por el Censo del INEC año 2010, cuya información se detalla a continuación.

Tabla N. 1 Población del Cantón San Pedro de Huaca

PARROQUIAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	%
Huaca	1910	1855	3765	49%
Mariscal Sucre	1937	1922	3859	51%
TOTALES	3847	3777	7624	100%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaboración: La Autora

1.2.2 IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Para calcular la muestra se tomó como punto inicial la población con un total de 7.624 habitantes al 2010, a un promedio por familia de 4,40968 miembros, dato que fue proporcionado por el INEC y se procedió a la respectiva actualización, mediante la proyección de tanto de familias, como integrantes por familia.

Total población 7.897 habitantes (Actualizado al 2013)

Promedio de miembros familiares 4,40968 (Actualizado al 2013)

$$\text{número de familias} = \frac{\text{población total}}{\text{promedio de integrantes por familia}}$$

$$\text{número de familias} = \frac{7897}{4,40968}$$

$$\text{número de familias} = 1790,83 \approx 1790$$

De este total se obtiene una muestra representativa con una confiabilidad del 95%, con un error admisible del 5%, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{E^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra a encontrar

N = Universo de la investigación (número de familias)

d = Variación de la población respecto de las principales características que se representan. Es un valor constante que equivale a 0,5

d² = Que representa el 0,25

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza a nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de

estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma con relación al 95% equivale a 1,96

(N-1) = Corrección que se usa para muestras mayores a 30

E²= Límite aceptable de error de la muestra que varía entre 0,01 y 0,09, para el caso en estudio se tomará el valor de 0,05

Entonces queda:

- N = 1790
- E = 5%
- Z = 1,96
- d = 0,5
- n =?

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)^2(1790)}{(0,05)^2(1790 - 1) + (1,96)^2(0,5)^2}$$

$$n = 329,57 \approx 330$$

1.2.3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.2.3.1 Información Primaria

Es aquella que el investigador recopila directamente, a través del estudio directo con el objetivo del trabajo a investigar; para la recolección de información primaria se utiliza la técnicas de la encuesta y entrevista.

- **Encuesta**

Los elementos que se analizaron son los clientes potenciales que adquieren, consumen o comercializan diferentes tipos de carne en la localidad:

- Familias existentes en el Cantón San Pedro de Huaca
- Negocios de expendio de comidas y bebidas del sector
- Comerciantes de productos cárnicos de la zona

1.3 ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS DATOS

Para la recopilación de los datos se tomó como criterio técnico de muestra al azar para la aplicación de las encuestas a las familias del Cantón San Pedro de Huaca, restaurantes y expendedores.

1.4 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

Una vez obtenida la información se procede a tabular y analizar los datos resultantes del levantamiento de las encuestas.

1.4.1 ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS DE EXPENDIO DE COMIDAS Y BEBIDAS (RESTAURANTES)

01.- ¿Con que frecuencia adquiere Ud. carne?

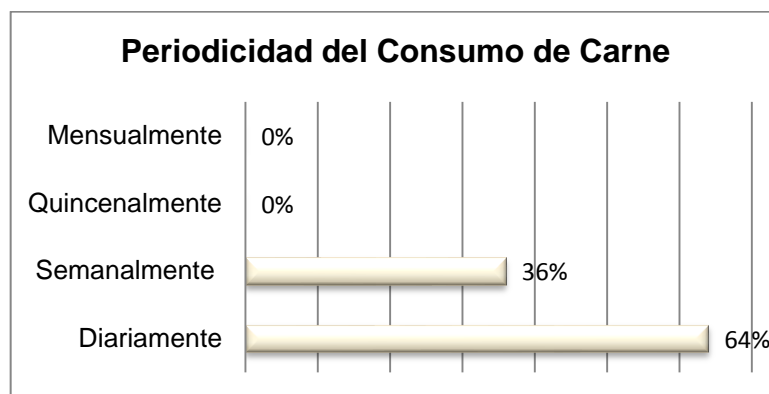
Tabla N. 2 Consumo de Carne

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	7	64%
Semanalmente	4	36%
Quincenalmente	0	0%
Mensualmente	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 1



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

El mayor consumo de productos cárnicos en el sector de San Pedro de Huaca es diario, esto se debe que a nivel de todo el Ecuador existe un consumo considerable de varios tipos de carnes, entonces los propietarios en vista de la buena aceptación de los productos de origen animal, adquieren los mismos para incluirlos en los platos del menú como desayunos completos, almuerzos, cenas o platos a la carta.

02.- ¿Qué cantidad de carne compra a la semana?

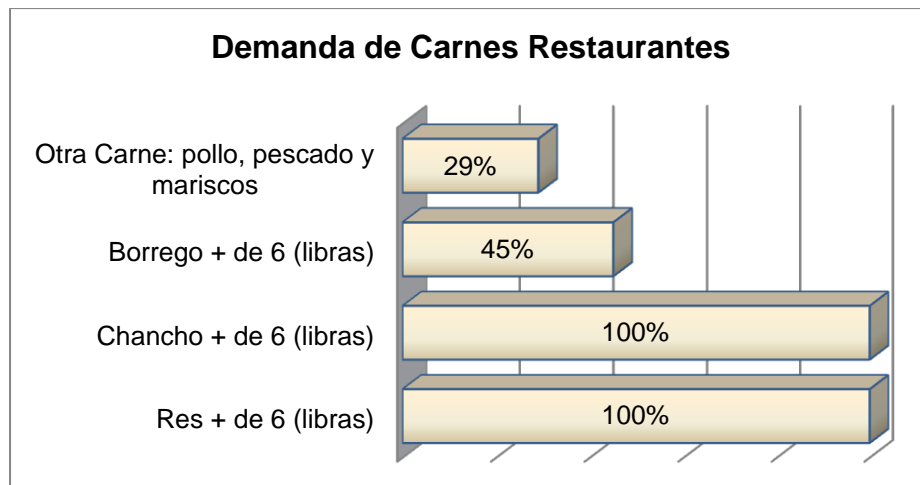
Tabla N. 3 Demanda

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Res + de 6 (libras)	11	100%
Chanco + de 6 (libras)	11	100%
Borrego+ de 6 (libras)	5	45%
Otra Carne: pollo, pescado y mariscos	3	29%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

El mayor consumo se da en base a la carne de cerdo y de res, pues la exquisitez de la carne de cerdo permite la preparación de las exquisitas fritadas, de la misma forma la carne de res es desatinada para la preparación de platos especiales.

03.- ¿Señale la cantidad de carne que requiere a diario para el expendio?

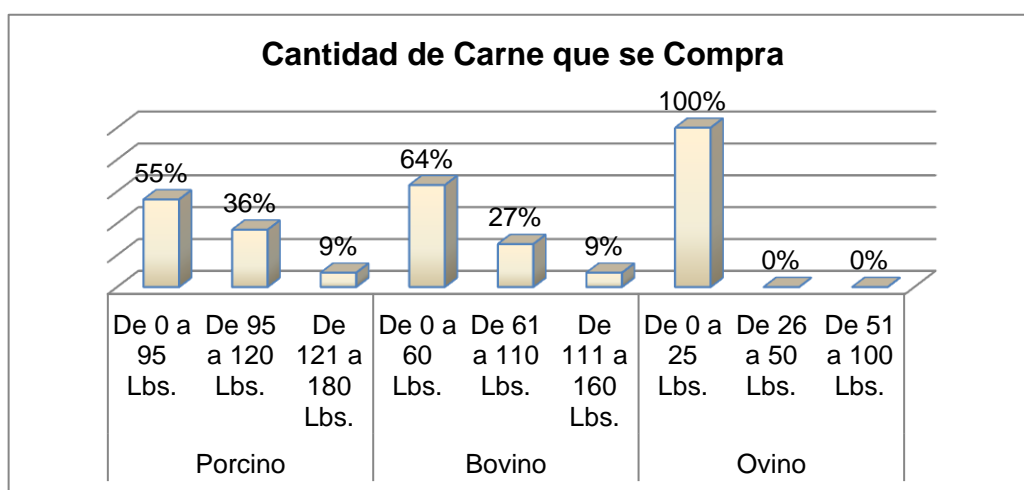
Tabla N. 4 Consumo de Carne de Restaurantes

Tipo de Animal	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Porcino	De 0 a 95 Lbs.	6	55%
	De 96 a 120 Lbs.	4	36%
	De 121 a 180 Lbs.	1	9%
Bovino	De 0 a 60 Lbs.	7	64%
	De 61 a 110 Lbs.	3	27%
	De 111 a 160 Lbs.	1	9%
Ovino	De 0 a 25 Lbs.	11	100%
	De 26 a 50 Lbs.	0	0%
	De 51 a 100 Lbs.	0	0%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Con esta pregunta se determinó tanto la frecuencia de consumo de carne de los restaurantes, así como la cantidad de carne diaria que en promedio normalmente compran para expender los usuarios.

04.- ¿El precio de compra de la carne lo considera?

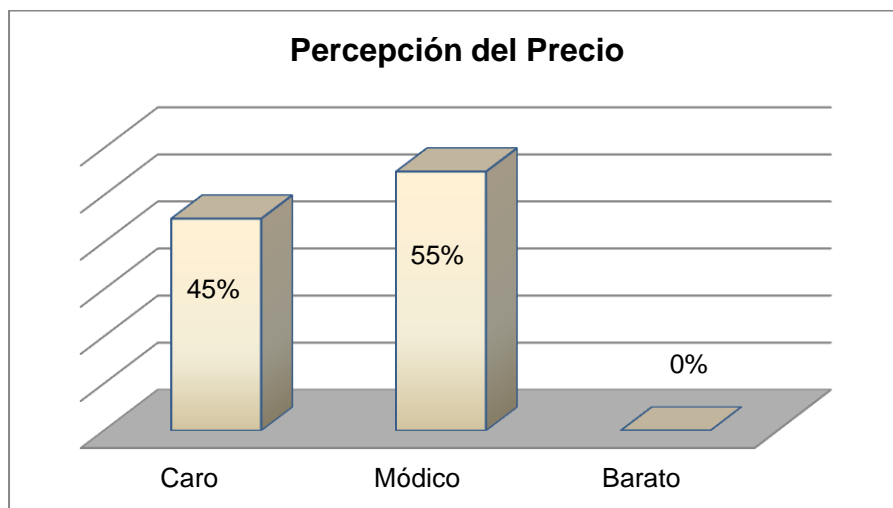
Tabla N. 5 Precio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Caro	5	45%
Módico	6	55%
Barato	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Los precios de los productos se han mantenido en el rango módico, esto responde a que en la Provincia del Carchi, se produce ganado para el consumo de carnes lo que evita la escasez, otro aspecto es que comúnmente el productor expende directamente este tipo de productos, abaratando costos.

05.- ¿Cuánto paga Ud. por una libra de carne?

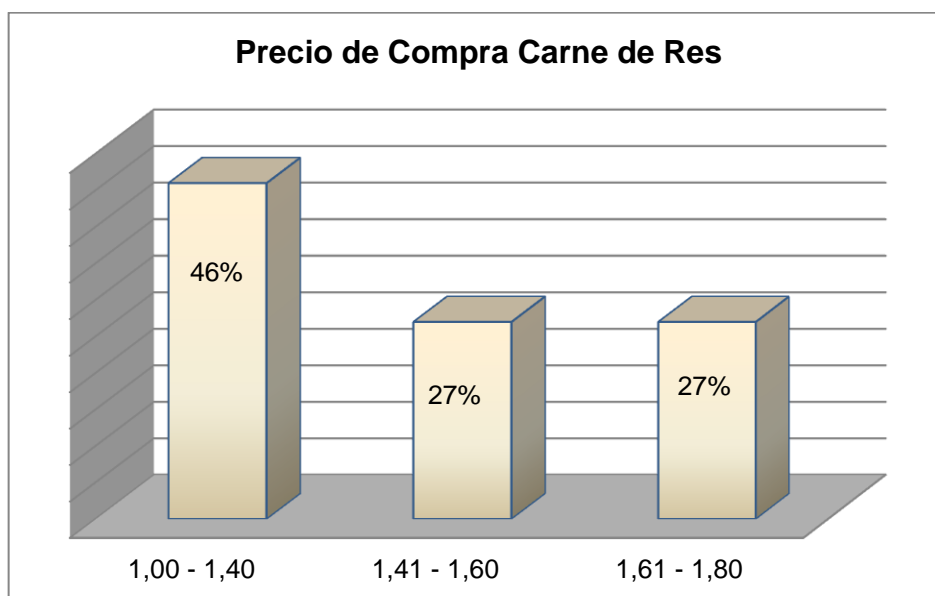
Tabla N. 6 Precio por Libra de Carne de RES

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1,00 - 1,40	5	46%
1,41 - 1,60	3	27%
1,61 - 1,80	3	27%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 5



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En lo que se refiere al precio de la libra de carne de res, la población identifica el rango más bajo, pues los productores venden los productos sin proceso de transformación, entonces el precio responde a términos de oferta y demanda, mas no de valor agregado.

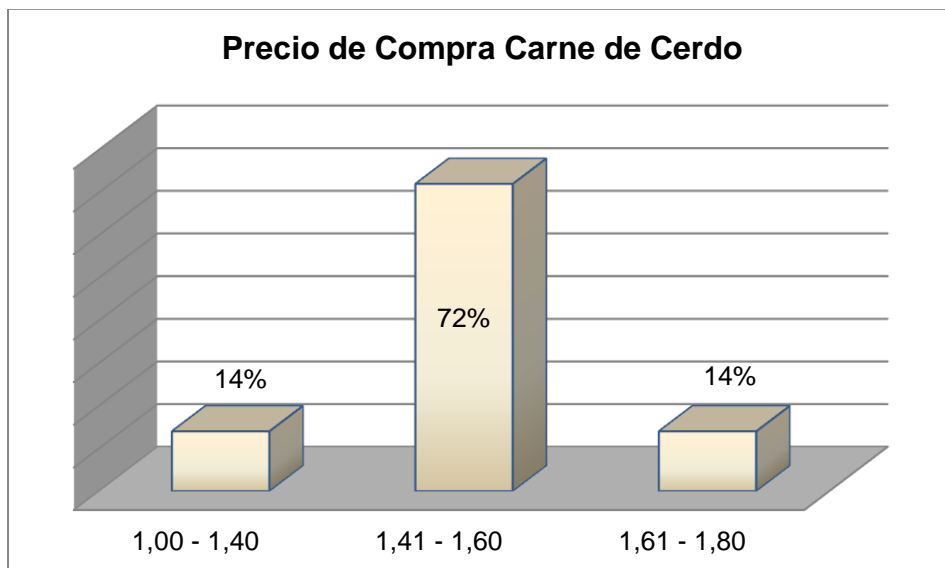
Tabla N. 7 Precio por Libra de Carne de Cerdo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1,00 - 1,40	2	18%
1,41 - 1,60	5	46%
1,61 - 1,80	4	36%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En cambio el rango de precios de la carne de cerdo está ubicado en un nivel medio, lo que demuestra que a pesar de tener un valor económicamente más caro, los propietarios de restaurantes no pueden dejar de expender platos que contengan este tipo de carne.

06.- ¿Qué analiza Ud. en el producto cuando lo adquiere?

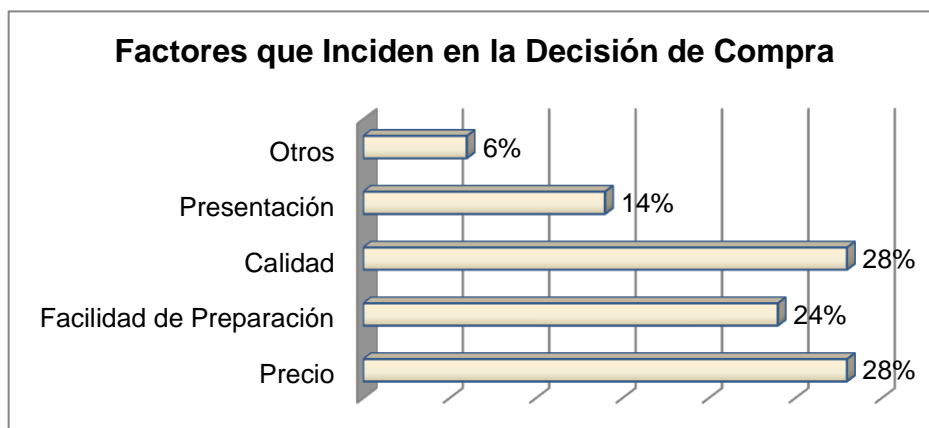
Tabla N. 8 Características para la Adquisición

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	3	28%
Facilidad de Preparación	3	24%
Calidad	3	28%
Presentación	2	14%
Otros	1	6%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En este sentido la determinante de la decisión de comprar es el precio, al ser un producto considerado el ingrediente que más valor económico le da al plato no es conveniente que se eleve ya que el consumidor pierde el interés en el consumo de comidas preparadas.

07.- ¿Dónde compra Ud. la carne?

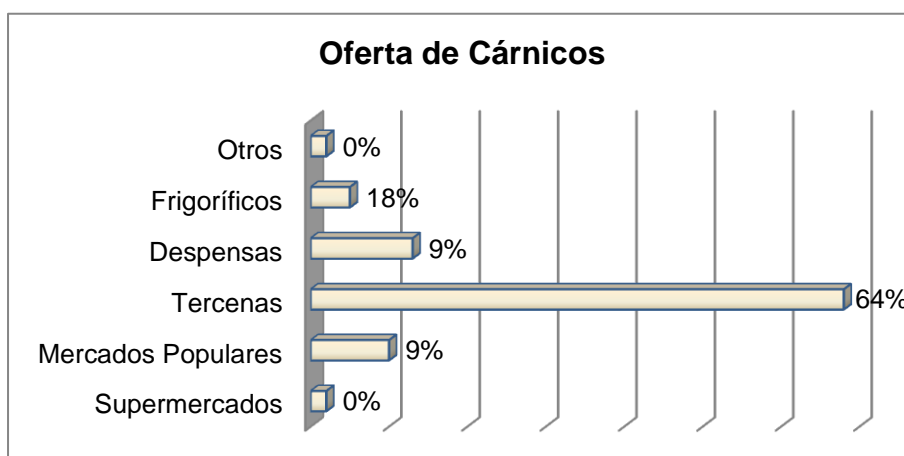
Tabla N. 9 Distribuidores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	0	0%
Mercados Populares	1	9%
Tercenas	7	64%
Despensas	1	9%
Frigoríficos	2	18%
Otros	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En todo el Cantón San Pedro de Huaca hay actividades económicas de venta de cárnicos como son las tercenas, que actualmente constituyen los negocios que más colocan carne en el mercado de consumo y que a su vez se convierten en los principales referentes de calidad y cantidad.

08.- ¿Su proveedor es?

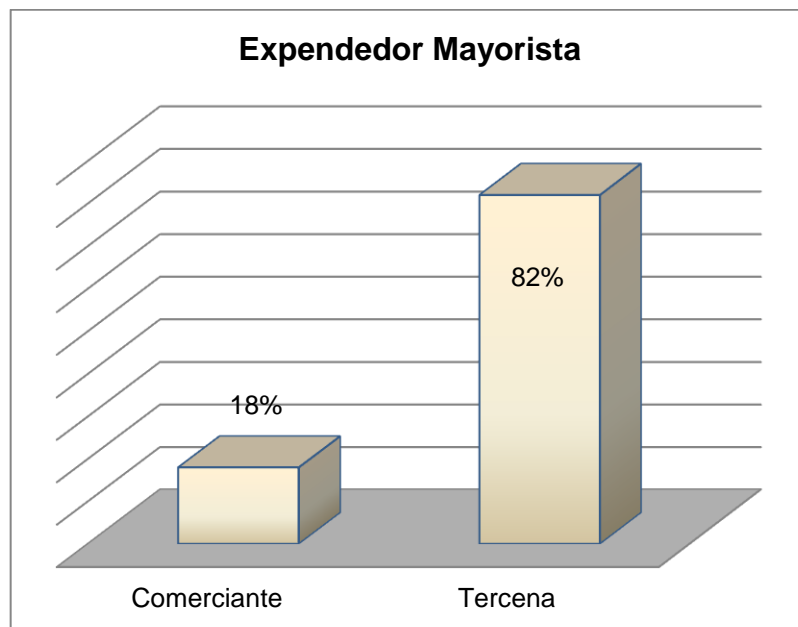
Tabla N. 10 Proveedor

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Comerciante	2	18%
Tercena	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Los representantes de restaurantes y picanterías manifiestan que adquieren la carne para comercializar en su negocio directamente a las tercenas porque el precio es un poco más módico, ya que reciben descuentos especiales por el volumen y número de veces de compra.

09.- ¿Cómo considera que es la atención que Ud. brinda a sus clientes?

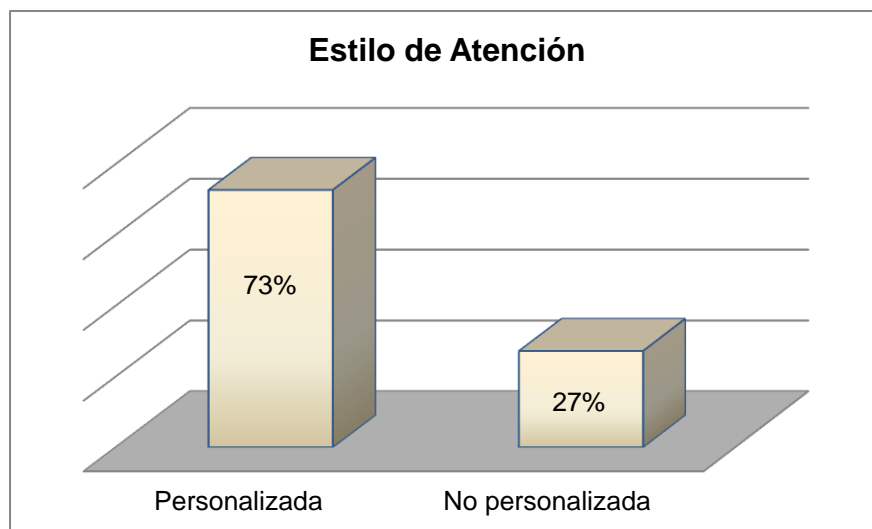
Tabla N. 11 Atención

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Personalizada	8	73%
No personalizada	3	27%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Analizando la respuesta de esta pregunta se puede dar cuenta que los propietarios de restaurantes y picanterías del Cantón ofrecen una atención totalmente personalizada al momento de ofertar los productos, razón que no obedece a brindar un mejor servicio al cliente, sino más responde al hecho de que el propietario tiene la obligación de ser multifuncional.

10.- ¿Cómo califica la atención que recibe en donde Ud. compra la carne?

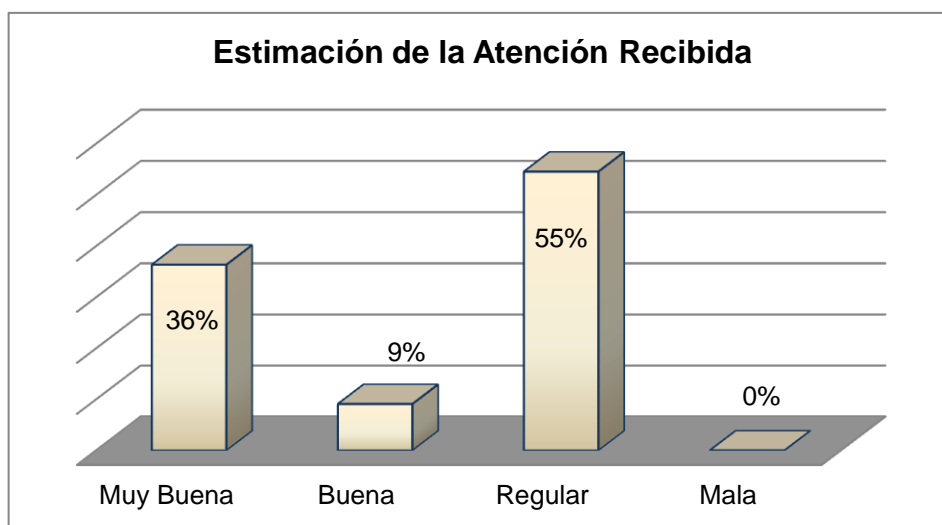
Tabla N. 12 Atención Recibida

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy Buena	6	55%
Buena	4	36%
Regular	1	9%
Mala	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En el sentido de las entidades especializadas en la venta de carnes preparadas, opinan que la atención es de tipo regular ya que hay que ser muy conocedor en el tema, pues los productos cárnicos no son certificados en calidad y peso por ninguna entidad pública o privada.

11.- ¿Considera Ud. que se debería construir un camal en el Cantón San Pedro de Huaca?

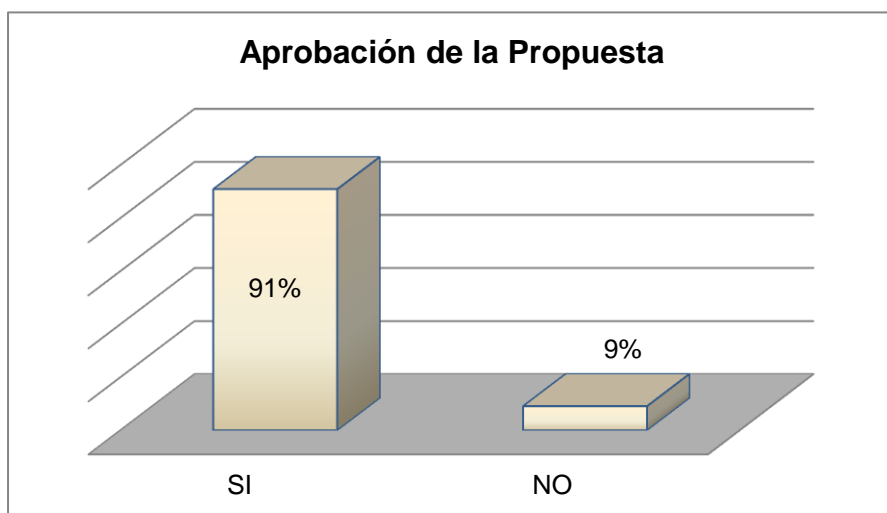
Tabla N. 13 Nivel de Aceptación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	91%
NO	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Con un alto porcentaje los encuestados respondieron que están de acuerdo con la propuesta y manifiestan que se debería construir el camal porque es de vital importancia para cuidar la salubridad de las personas que consumen carne, en razón de la frescura del producto y el peso adecuado.

12.- ¿Ha escuchado o leído alguna información que esté orientada a las normas de higiene que debe tener la carne?

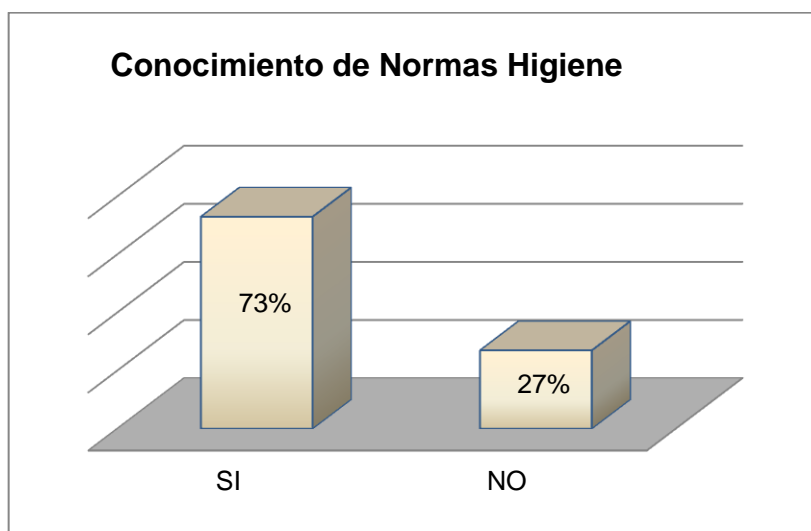
Tabla N. 14 Información de Salubridad para el Manejo de Cárnicos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	73%
NO	3	27%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 13



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En términos relativos, la población ha escuchado acerca de las normas de higiene, no como un conocimiento sólidamente fundamentado, pues al no existir una entidad calificada que haga difusión de estos temas prácticamente se encuentran en estado de vulnerabilidad constante.

1.4.1.1 Identificación Foda Restaurantes

Los lugares que se dedican al expendio de comidas preparadas, representan una de las alternativas de consumo de productos cárnicos que se incluyen en la variedad de platos que preparan, para expender al público en general. Generalmente según la versión de los propietarios de restaurantes de la localidad, el consumo de su oferta se destina en menor proporción a los consumidores locales, siendo sus principales clientes personas de distintos lugares de la Provincia y el País, que visitan San Pedro de Huaca, sea por trabajos ocasionales, negocios, inversiones, familia, entre otros.

Cuadro N. 2 FODA Restaurantes

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS		FACTORES EXTERNAS	OPORTUNIDADES	
	F1. Precio accesible			O1. Disponibilidad del producto	
	F2. Puntos de atención al cliente			O2. Compras de cárnicos directas del comercializador	
	F3. Se utiliza productos cárnicos en la preparación de los platos.			O3. Apertura de mercados	
	F4. Variedad de menús			O4. El consumo de carne se incrementa con el crecimiento de la población	
	DEBILIDADES			AMENAZAS	
	D1. Preparación de platos al estilo tradicional.			A1. Mayor uso de productos sustitutos.	
	D2. No se estima datos estadísticos de consumo			A2. Poco conocimiento del mercado	
	D3. Negocios pequeños			A3. Existen nuevos hábitos alimenticios	
	D4. Se sujetan a la oferta del mercado			A4. Se adquiere carne en lugares informales	

Elaboración: La Autora

Entonces se evidencia los factores que intervienen en la dinámica de producción, de la comercialización de los diferentes tipos de carne, que se consumen en la Localidad.

1.4.2 ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS CONSUMIDORAS POTENCIALES DE CÁRNICOS

01.- ¿Consume carne?

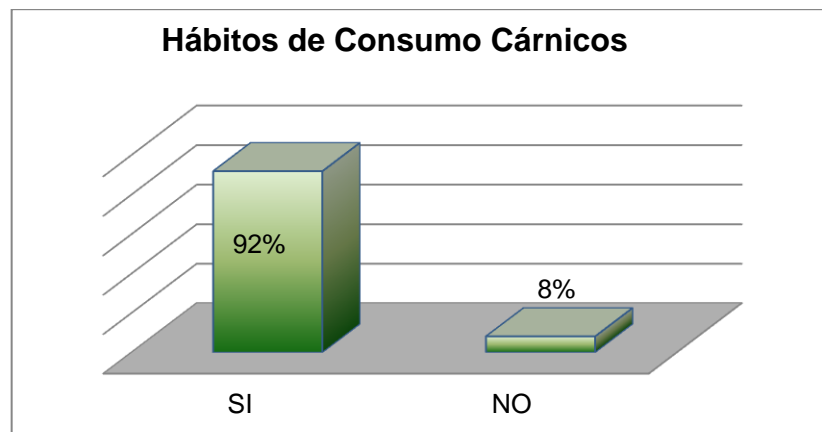
Tabla N. 15 Consumo de Carne

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	303	92%
NO	27	8%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Los productos cárnicos constituyen una parte fundamental del grupo de elementos alimenticios, ya que proporcionan una cantidad considerable de proteínas que el ser humano requiere para una vida saludable.

02.- ¿Qué tipo de carne prefiere consumir?

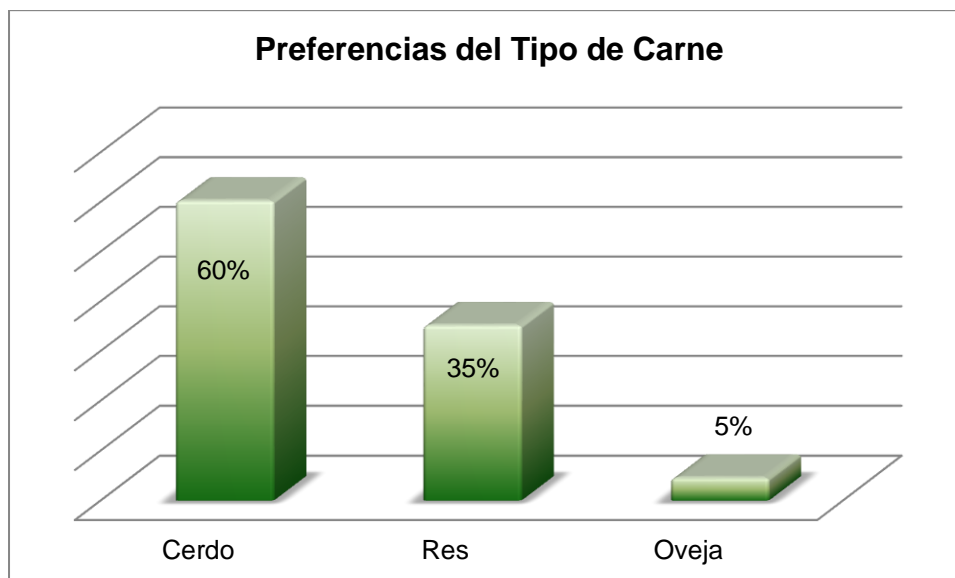
Tabla N. 16 Preferencias del Tipo de Carne

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cerdo	198	60%
Res	116	35%
Oveja	16	5%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 15



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Luego de consultar el mercado de consumo de los productos cárnicos se obtuvo que la carne de cerdo se adquiere con mayor frecuencia.

03.- ¿Con que frecuencia adquiere Ud. carne?

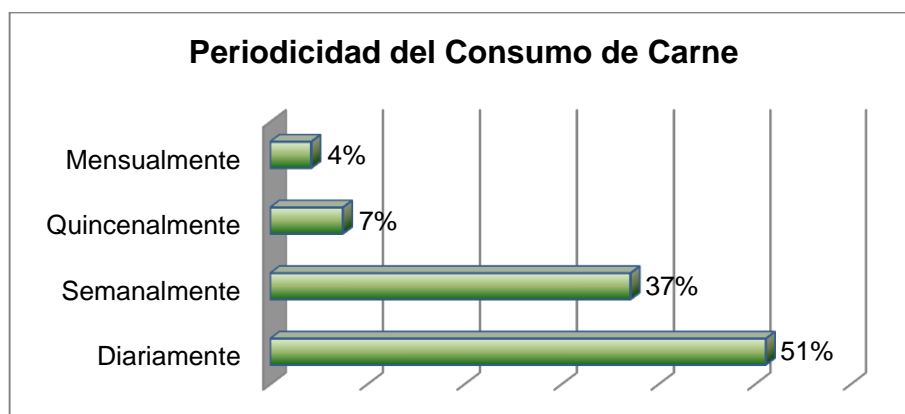
Tabla N. 17 Frecuencia del Consumo de Carne

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	168	51%
Semanalmente	122	37%
Quincenalmente	23	7%
Mensualmente	17	4%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 16



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Se determinó que las familias del Cantón adquieren este producto en forma diaria, ya que los consumidores siempre buscan un producto que se encuentre en buenas condiciones.

04.- ¿Qué cantidad de carne consume a diario?

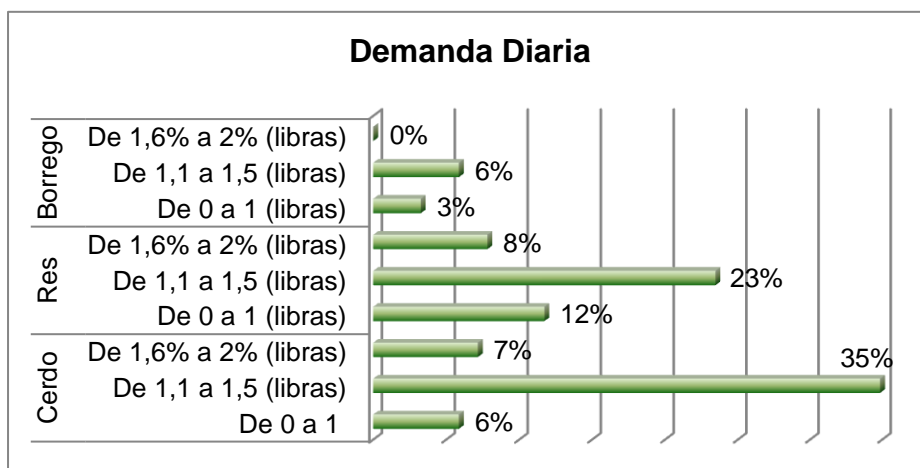
Tabla N. 18 Demanda Diaria de Carnes

Categoría	Diario (libras)	Frecuencia	Porcentaje
Cerdo	De 0 a 1	20	6%
	De 1,1 a 1,5	116	35%
	De 1,6 a 2	23	7%
Res	De 0 a 1	40	12%
	De 1,1 a 1,5	76	23%
	De 1,6 a 2	26	8%
Borrego	De 0 a 1	10	3%
	De 1,1 a 1,5	20	6%
	De 1,6 a 2	0	0%
TOTAL		330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 17



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Al hacer una tabla comparativa del consumo de la población del Cantón se determinó que el rango de mayor consumo corresponde a la carne de cerdo, pues es costumbre incluirlo en la dieta diaria, así como para acompañar festejos y ocasiones especiales, razón por la cual es muy requerida en toda la localidad.

05.- ¿Cuánto paga Ud. por una libra de carne?

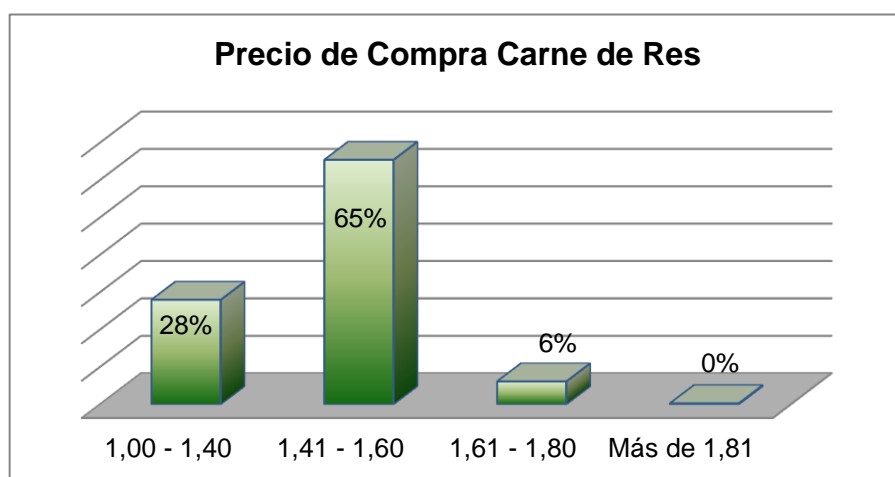
Tabla N. 19 Precio por Libra de Carne de RES

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1,00 - 1,40	92	28%
1,41 - 1,60	218	65%
1,61 - 1,80	20	6%
Más de 1,81	1	0%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 18



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

El valor promedio está en el rango de 1,41 a 1,60 dólares, por la libra de carne de res, este precio varía dependiendo del tipo de corte de carne que se adquiere, por lo que la cantidad estimada incluye para secciones muy finas como lomos y las que no son muy apetecidas como carne con hueso para sopas

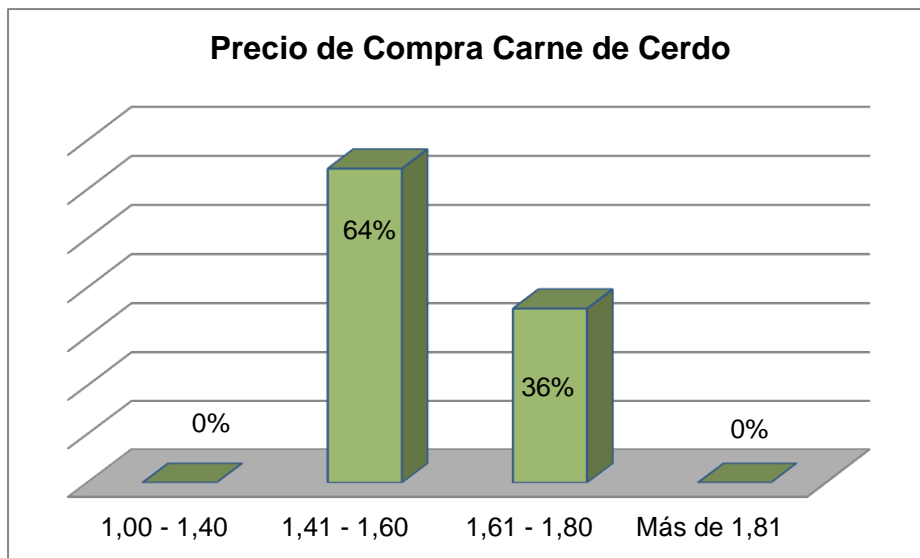
Tabla N. 20 Precio por Libra de Carne de CERDO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1,00 - 1,40	0	0%
1,41 - 1,60	211	64%
1,61 - 1,80	119	36%
Más de 1,81	0	0%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

El precio para este producto también se lo ubica entre los 1,41 a 1,60 por la libra de carne de chanco, como en el caso anterior este precio también varía dependiendo de la parte del cerdo que se compra para el consumo.

06.- ¿El presupuesto semanal que utiliza para realizar la compra de carne oscila entre?

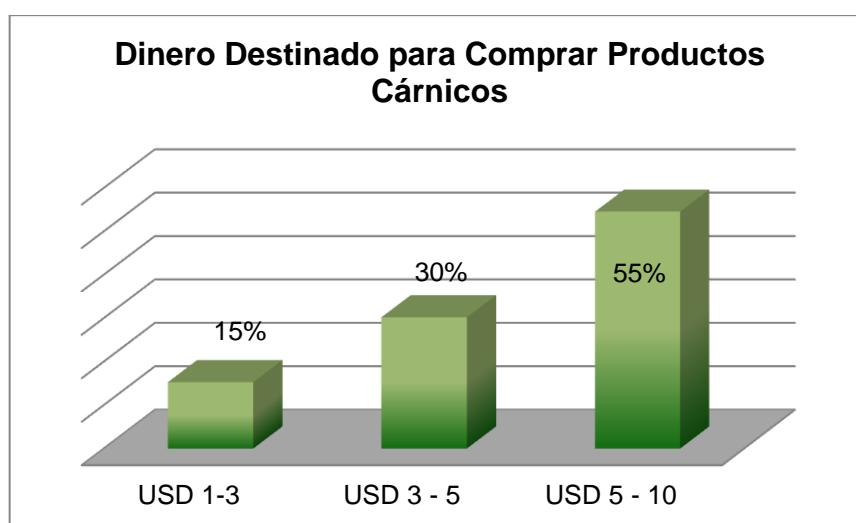
Tabla N. 21 Presupuesto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
USD 1-3	50	15%
USD 3 - 5	99	30%
USD 5 - 10	181	55%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 20



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En este apartado lo que se trato es de tener un acercamiento con la realidad del producto y el consumidor, ya que normalmente las personas que realizan la tarea de compra identifican que semanalmente gastan en productos cárnicos alrededor de cinco a diez dólares.

07.- ¿El precio de compra de la carne lo considera?

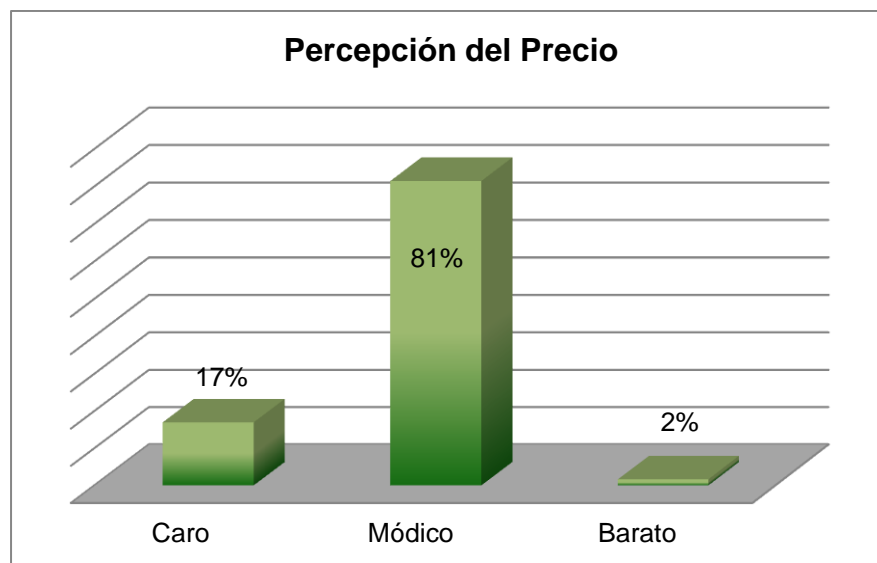
Tabla N. 22 Consideración del Precio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Caro	56	17%
Módico	269	81%
Barato	5	2%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 21



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Para el caso de la percepción del precio, se mantiene el criterio de que los precios son módicos y que corresponden específicamente a lo requerido, es decir pagan un precio justo por lo que compran, por lo que si hay un incremento en este rubro se corre el riesgo de perder mercado.

08.- ¿Dónde compra Ud. la carne?

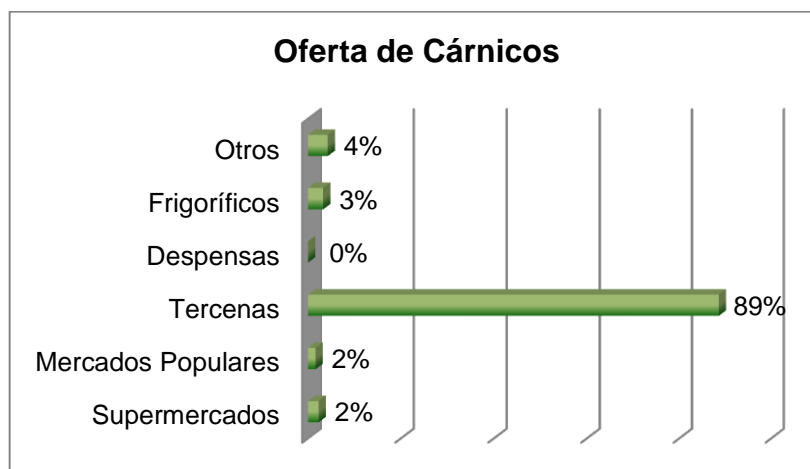
Tabla N. 23 Distribuidores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	8	2%
Mercados Populares	5	2%
Tercenas	292	89%
Despensas	0	0%
Frigoríficos	11	3%
Otros	14	4%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 22



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Las personas que integran una familia acuden también a las tercenas, ya que son las que normalmente expenden este tipo de productos en el sector y las personas tienen una marcada costumbre de asistir a comprar a estos lugares.

09.- ¿Qué analiza Ud. en el producto cuando lo adquiere?

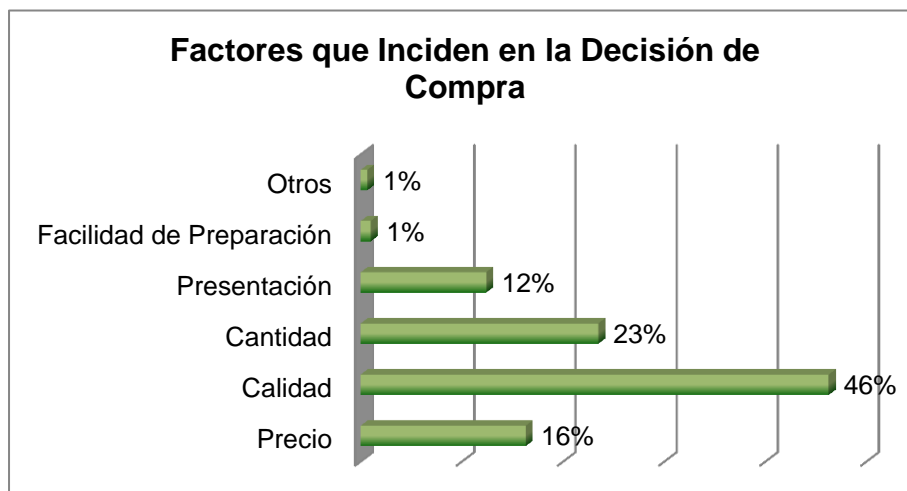
Tabla N. 24 Características

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precio	54	16%
Calidad	153	46%
Cantidad	77	23%
Presentación	41	12%
Facilidad de Preparación	3	1%
Otros	2	1%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 23



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Lo que busca en este sentido el consumidor directo es la calidad de los productos, ya que al ser un producto de consumo masivo, no se puede escatimar los gastos, claro está que se prefiere que el peso sea el adecuado de lo que se compra.

10.- ¿Su proveedor es?

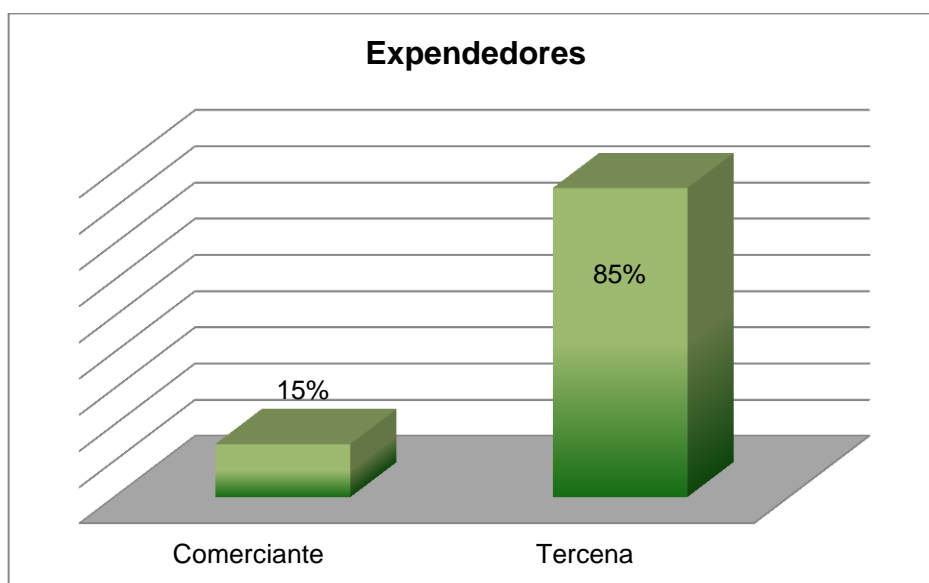
Tabla N. 25 Proveedor

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Comerciante	48	15%
Tercena	282	85%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 24



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

La mayoría de las familias encuestadas manifiestan que adquieren este producto en las tercenas existentes en la Localidad.

11.- ¿Cómo califica la atención que recibe en donde Ud. compra la carne?

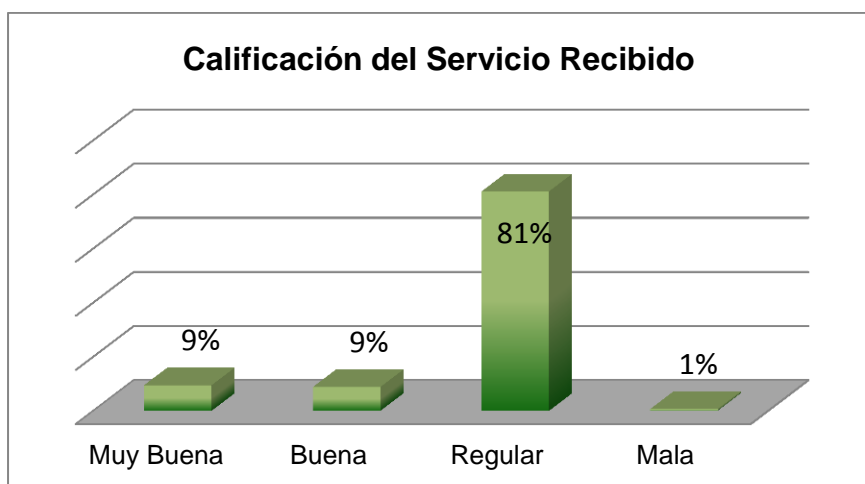
Tabla N. 26 Atención

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy Buena	31	9%
Buena	29	9%
Regular	268	81%
Mala	2	1%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 25



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Analizando la respuesta de esta pregunta se puede dar cuenta que los dueños de las tercenas del Cantón San Pedro de Huaca ofrecen una atención regular al momento de vender las carnes, pues no atienden a sentar un precedente de buena atención, sino solamente se busca la rentabilidad económica.

12.- ¿Considera Ud. que se debería construir un Camal Municipal en el Cantón San Pedro de Huaca?

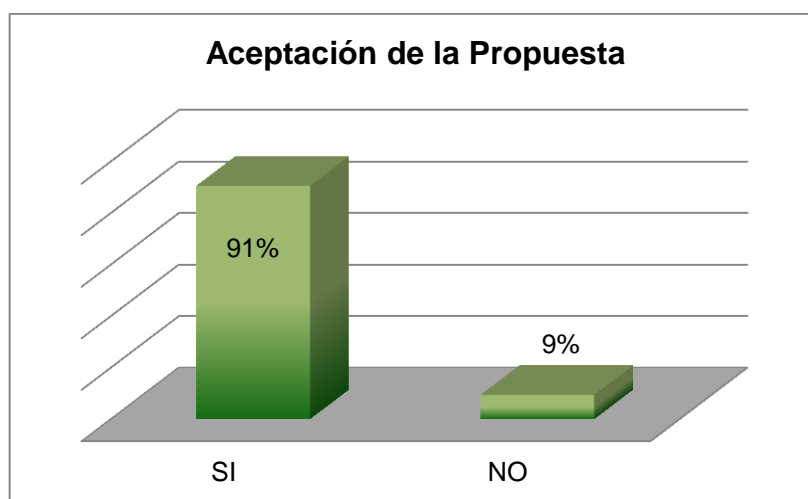
Tabla N. 27 Construcción del Camal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	299	91%
NO	31	9%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 26



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Nuevamente la población manifiesta que se debería construir el camal en vista de que es de suma importancia para cuidar el manejo de la carne y la salud de los consumidores, siempre y cuando esto se los haga previo a los estudios técnicos de los requerimientos y necesidades de los lugareños.

13.- ¿Considera Ud. que es importante cambiar las técnicas tradicionales de matanza de los animales, con nuevos procedimientos que se adoptan en los camales?

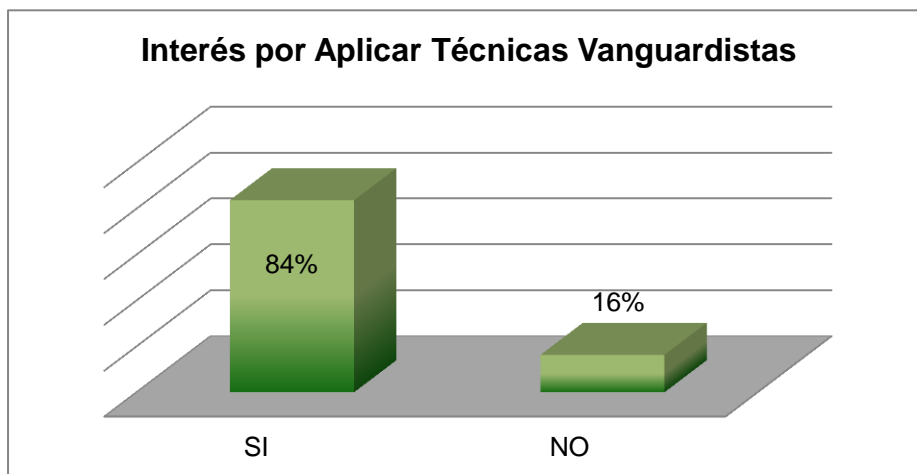
Tabla N. 28 Cambio de Técnicas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	276	84%
NO	54	16%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 27



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En este sentido se cree que es muy importante cambiar estas normas para hacerlas más seguras, estas prácticas deben combinar aspectos más vanguardistas con cuestiones sanitarias y de higiene, haciendo hincapié en la observación de los derechos de los animales, pues actualmente existen técnicas de matanza mucho más benevolentes.

14.- ¿Ha escuchado o leído alguna información que está orientada a las Normas de Higiene que debe tener la carne?

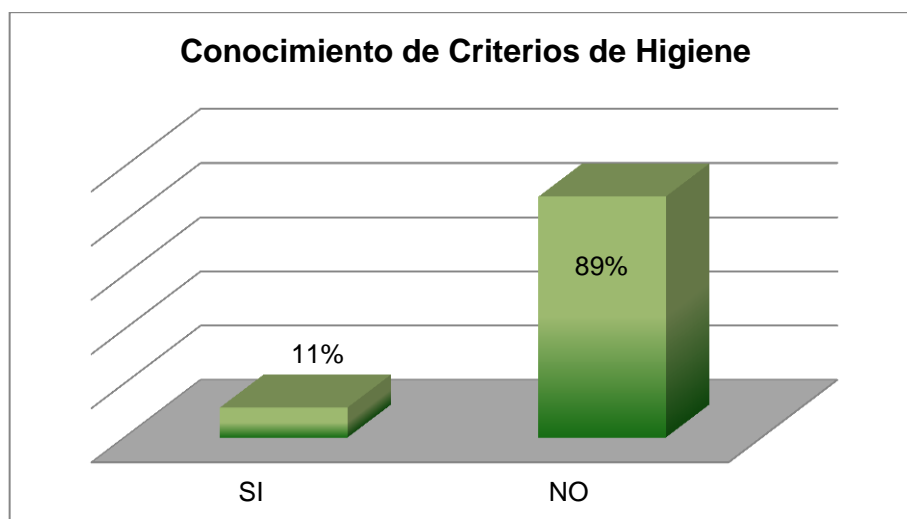
Tabla N. 29 Normas de higiene

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	37	11%
NO	293	89%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 28



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Las respuestas a este cuestionamiento surgen de un vago conocimiento, más de tipo tradicional, antes que por el verdadero hecho de que esto es una cuestión de salud pública, de exclusiva competencia del Municipio del Cantón.

1.4.2.1 Identificación FODA Familias

Uno de los factores de mayor importancia es la inclusión de productos cárnicos en la dieta familiar, específicamente de orine vacuno, porcino y ovino, por parte de las familias que habitan en el sector y que necesitan recibir alimentos que se encuentren en óptimas condiciones y aptas para el consumo humano. En este aspecto es importante destacar que, el tratamiento técnico de la carne al ser un producto de consumo masivo, el Municipio del Cantón San Pedro de Huaca se ve en la obligación de abordar este tema por ser un tema de salud pública, que les concierne a las actuales autoridades.

Cuadro N. 3 FODA Familias

FACTORES	INTERNOS		FACTORES	EXTERNAS	
	FORTALEZAS			OPORTUNIDADES	
	F1. Se busca rebajas y ofertas de precios.			O1. Los cárnicos están a disposición del consumidor.	
	F2. Se acude a los lugares donde se expende carne			O2. Generalmente el precio de la carne se mantiene.	
	F3. La carne es un alimento que complementa la dieta del consumidor			O3. Buena disposición para incrementar los productos cárnicos	
	F4. No se busca alguna tipo de carne o marca en especial			O4. Es una costumbre el consumo de carnes.	
	DEBILIDADES			AMENAZAS	
	D1. No se aprecia los productos de calidad.			A1. Existe una gran variedad de productos para el consumo alimenticio	
	D2. No existen sitios de marcada reputación			A2. Las ventas de cárnicos son volubles	
	D3. Los ingresos de la población no son muy altos			A3. El sitio de adquisición es indiferente	
D4. El productor o comercializador impone el precio		A4. No se busca productos garantizados			

Elaboración: La Autora

Las familias incurren también en fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas que se presentan como subsector consumidor.

1.4.3 ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE CÁRNICOS

01.- ¿Dónde faena a los animales?

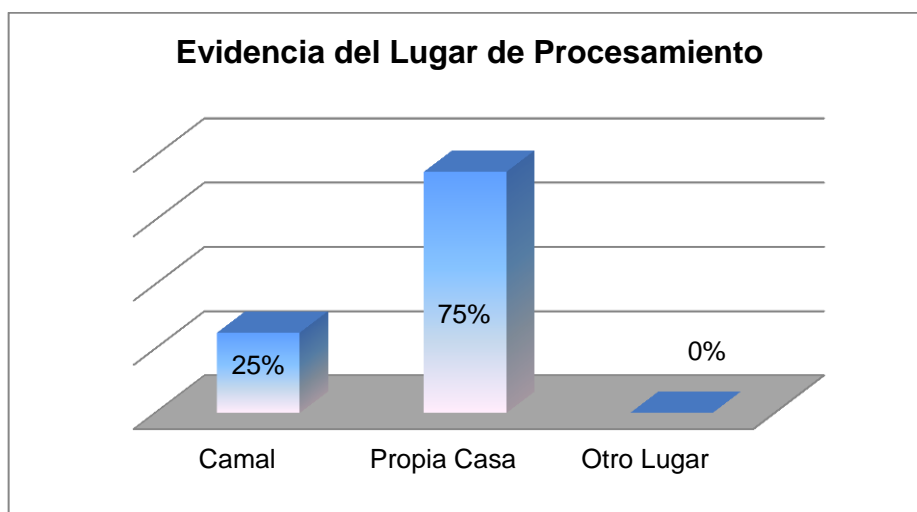
Tabla N. 30 Lugar de Faenamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Camal de fuera del Cantón	3	25%
Propia Casa	9	75%
Otro Lugar	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 29



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

De acuerdo a las costumbres históricas de la población, se determina que en la actualidad aún se faena los animales en sus propias casas, como un lugar incluso de expendio directo de carnes.

02.- ¿Qué cantidad de animales faena semanalmente?

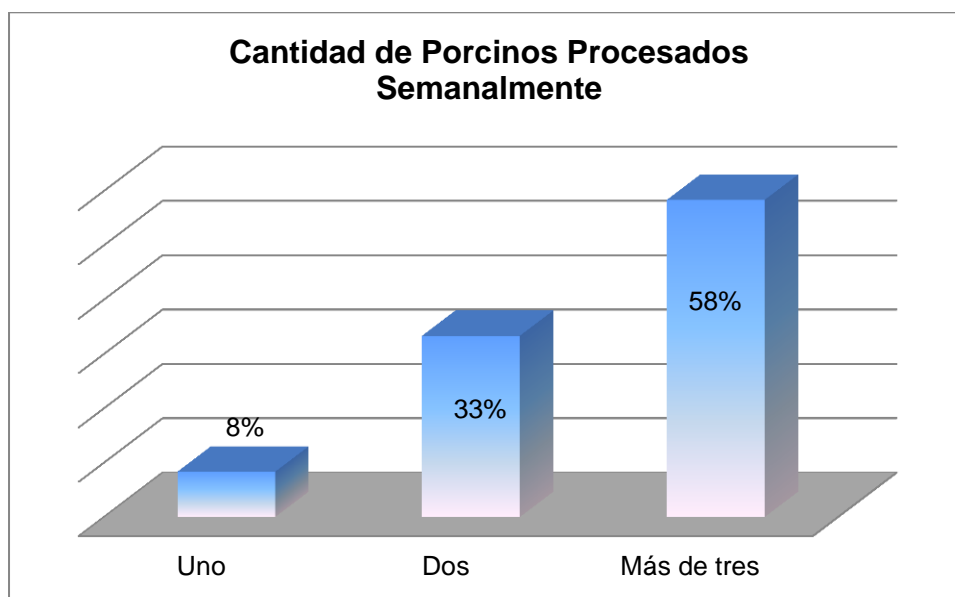
Tabla N. 31 Porcinos Faenados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Uno	1	8%
Dos	4	33%
Más de tres	7	58%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 30



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Para determinar la relación con el consumo de carne se manifiesta que se faena más de tres animales porcinos por semana, tomando en cuenta que la población no es abastecida totalmente, pues el expendio de carnes se limita únicamente a las mañanas.

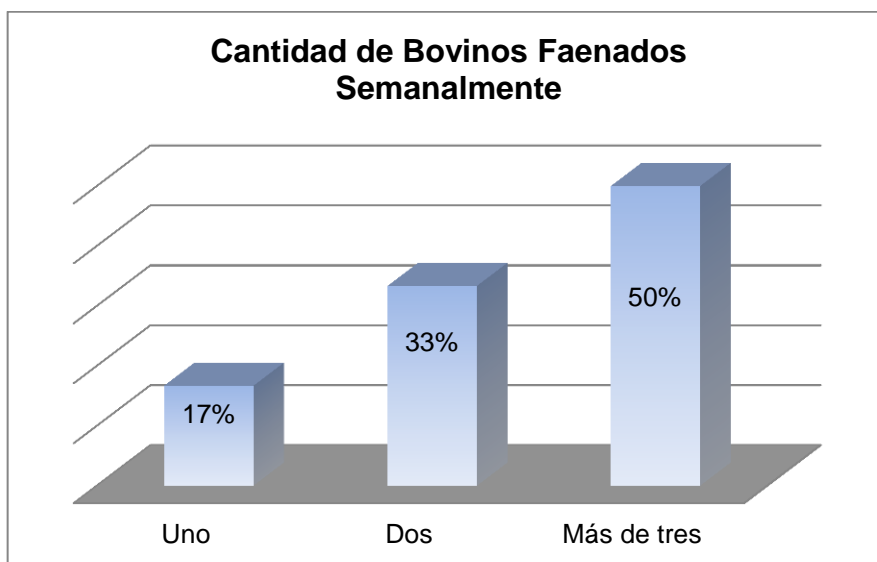
Tabla N. 32 Bovinos Faenados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Uno	2	17%
Dos	4	33%
Más de tres	6	50%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 31



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

De la misma forma se manifestó que en el caso de los bovinos se faena más de tres animales semanalmente, pues cada uno de los comerciantes tiene su clientela y la cantidad depende de la demanda de temporada.

03.- ¿Según su criterio y la experiencia en el negocio, cuántas libras aproximadamente de carne procesa diariamente de ganado bovino, porcino, ovino?

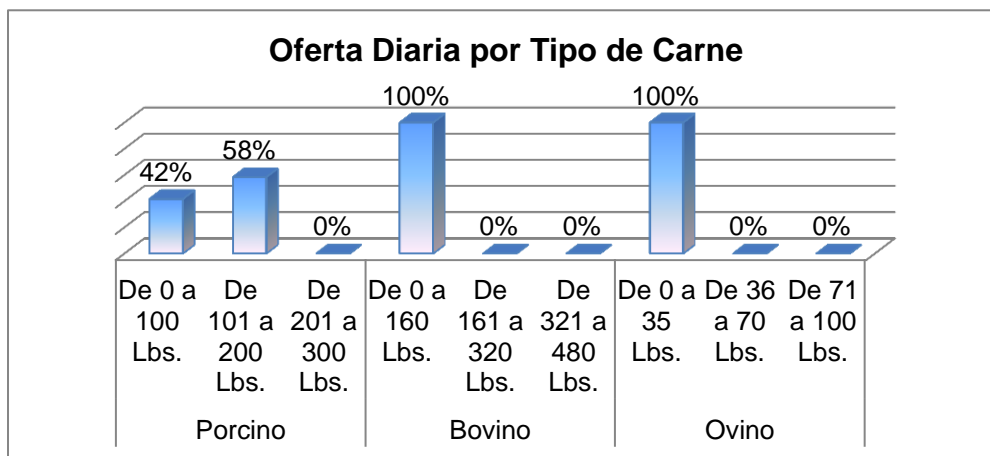
Tabla N. 33 Libras de Carne Ofertada a Diario de los Tres Tipos de Animales

Tipo de Animal	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Porcino	De 0 a 100 Lbs.	5	42%
	De 101 a 200 Lbs.	7	58%
	De 201 a 300 Lbs.	0	0%
Bovino	De 0 a 160 Lbs.	12	100%
	De 161 a 320 Lbs.	0	0%
	De 321 a 480 Lbs.	0	0%
Ovino	De 0 a 35 Lbs.	12	100%
	De 36 a 70 Lbs.	0	0%
	De 71 a 100 Lbs.	0	0%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 32



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

De los resultados obtenidos se desprende la cantidad que los comerciantes de carne ofertan a diario en la Ciudad.

- Ganado porcino: Se pudo determinar que el 58% de los encuestados procesa de 101 a 200 libras por día, el 42% en cambio la cantidad de 0 a 100.
- Ganado bovino: El 100% de los encuestados manifestó que procesa de 0-160 libras diarias.
- Ganado ovino: Para este caso el 100% de los encuestados manipula de 0 a 35 libras por día.

04.- ¿Cuánto paga por faenar un animal?

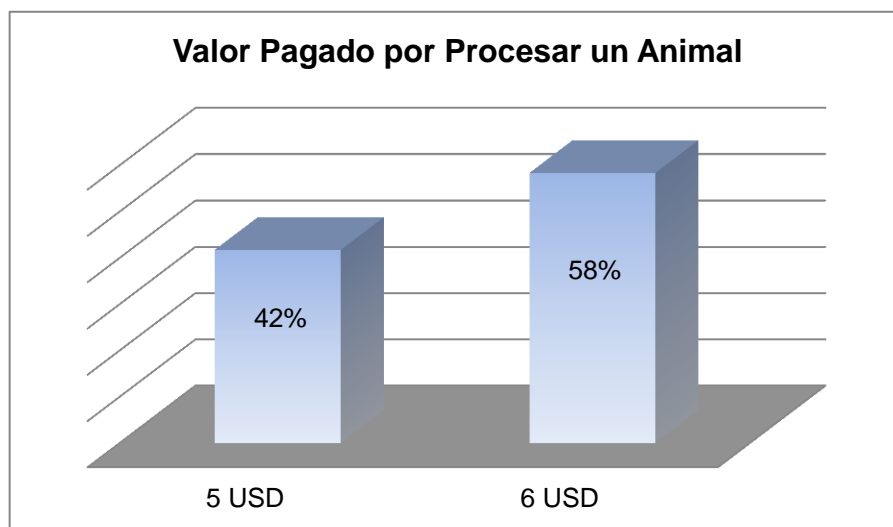
Tabla N. 34 Precio por faenamiento de un animal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
5 USD	5	42%
6 USD	7	58%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 33



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Aproximadamente en un término medio los encuestados manifiesta que por faenar un animal paga 5usd, incluso hasta 6 USD la unidad.

05.- De los siguientes animales cuál es el que más se faena

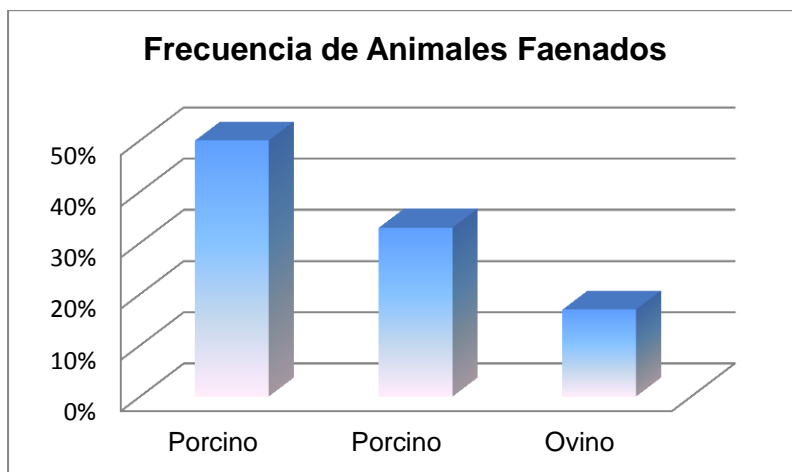
Tabla N. 35 Tipo de animal más faenado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Porcino	6	50%
Bovino	4	33%
Ovino	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 34



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

De las tres especies animales que la población consume carne se determinó que la carne de mayor demanda es la del cerdo, ya que con ella se preparan platos especialmente tradicionales.

06.- ¿Dónde vende la carne?

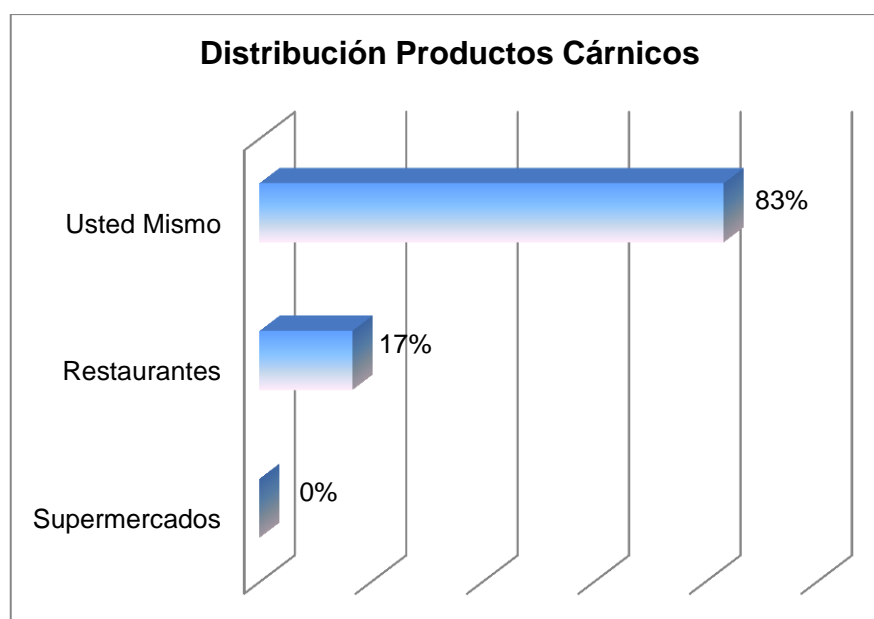
Tabla N. 36 Lugar de expendio de los productos cárnicos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	0	0%
Restaurantes	2	18%
Usted Mismo	10	82%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 35



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En este sentido se manifiesta que en un alto porcentaje los productores de animales se encargan de la venta directa de la carne, ya que las personas se acercan hasta el lugar de expendio o sea los hogares y hacen la adquisición.

07.- ¿Qué porcentaje de la carne que comercializa Ud. lo vende en el cantón San Pedro de Huaca?

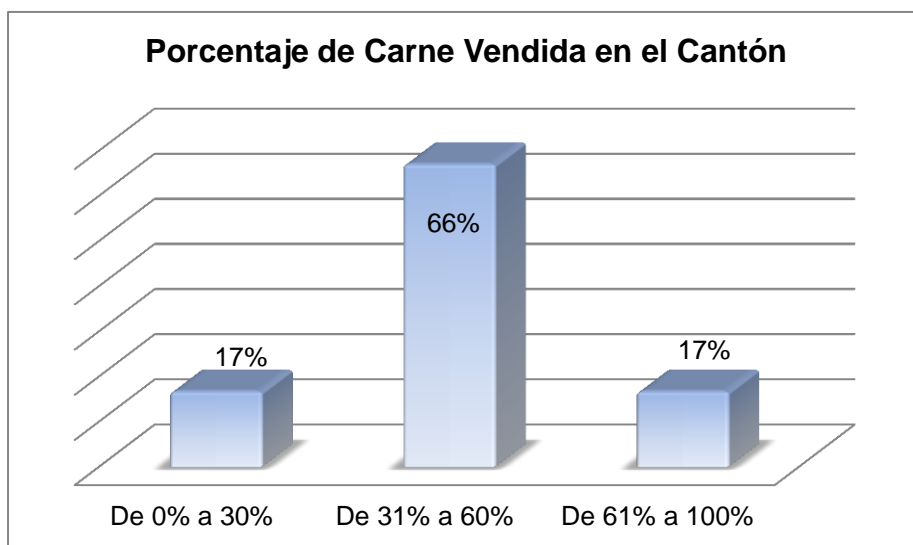
Tabla N. 37 Cantidad en porcentaje de carne comercializada en el Cantón

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
De 0% a 30%	2	17%
De 31% a 60%	8	66%
De 61% a 100%	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 36



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Como es evidente la comercialización de la producción no solamente se queda en el Cantón para el expendio, hay comerciantes que distribuyen los cárnicos a través de toda la Provincia.

08.- ¿Considera Usted, qué es necesario remplazar los métodos tradicionales con técnicas actualizadas para mejorar el proceso de faenamiento de animales?

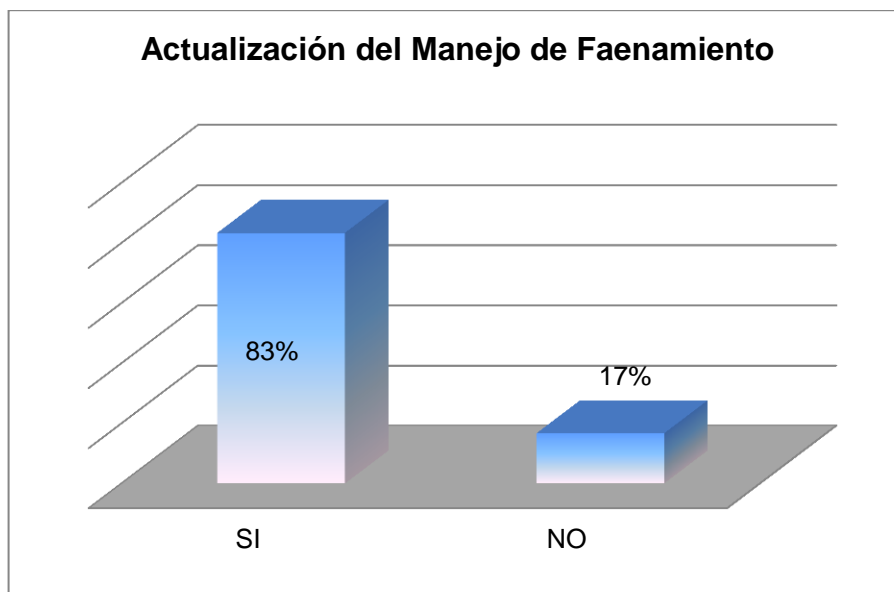
Tabla N. 38 Reemplazo de técnicas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	83%
NO	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 37



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

En este cuestionamiento se encontró que la población está de acuerdo en cambiar los métodos tradicionales de matanza y faenamiento de los animales.

09.- Cree que es necesario realizar un proyecto de investigación que posibilite la creación de la “EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”

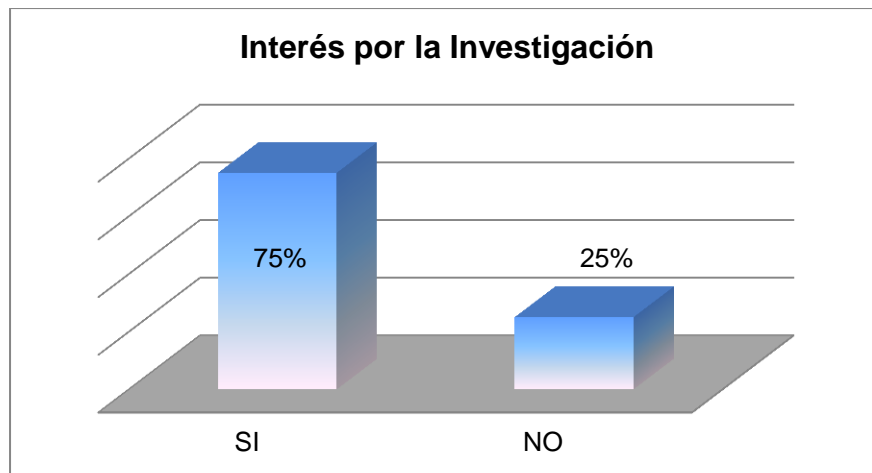
Tabla N. 39 Aceptación del proyecto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	75%
NO	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 38



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

De la misma forma existe un buen pronunciamiento de la población que motiva para que el Municipio del Cantón, realice el proyecto de la empresa de rastro, con jurisdicción y que tenga injerencia directa en el Cantón.

10.- ¿Cree Usted, que es beneficioso tener una empresa de rastro en el Cantón?

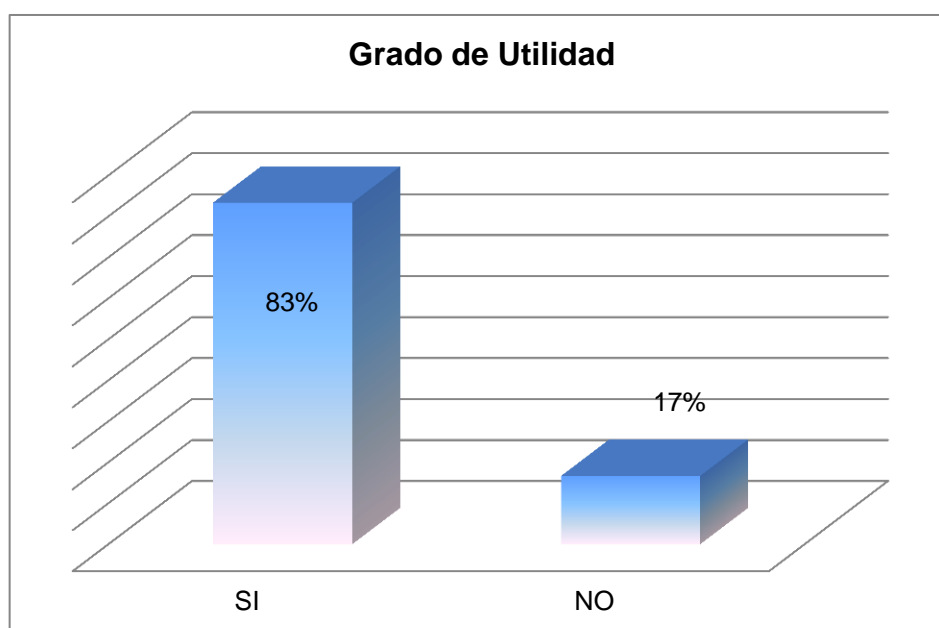
Tabla N. 40 Percepción del beneficio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	83%
NO	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 39



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS

Se consideró como beneficioso tener una empresa de rastro en el Cantón ya que no se tendría que trasladar los animales a otros lugares para el faenamiento y no se generan costos adicionales por las cuestiones de flete de largo recorrido.

1.4.3.1 Identificación Foda Comerciantes

A pesar del tamaño considerable del mercado de consumo se condicionan los aspectos tanto favorables como desfavorables, por lo que es necesario evidenciar estas regulaciones internas, ya que el mismo se normaliza de forma tradicional, al presentarse una demanda existente.

Cuadro N. 4 FODA Comerciantes

FACTORES	INTERNOS	FORTALEZAS	EXTERNAS	OPORTUNIDADES
		F1. Obligatoriedad de mantener el precio de los productos.		O1. Existe cercanía al productor de ganado
		F2. Es indispensable disponer de un lugar específico de faenamiento		O2. Se manejan precios negociables
		F3. Fácil colocación del producto en el mercado		O3. La población se amplía a los alrededores
		F4. Existe diversidad de consumidores		O4. En la actualidad se expende mayor cantidad de carne
	FACTORES	DEBILIDADES	FACTORES	AMENAZAS
		D1. No se tiene un manejo técnico de los cárnicos		A1. El mercado evoluciona constantemente
		D2. El mercado de cárnicos es conocido parcialmente		A2. Se desconoce de estrategias de comercialización
		D3. No se invierte en el negocio		A3. Existe la presencia de productos empacados, listos para el consumo
		D4. No existen compromisos formales con los productores de ganado		A4. Los productores cambian de actividad económica

Elaboración: La Autora

Como es posible observar cada uno de los ítems que corresponden al cuadro Foda, responden a la realidad que normalmente se ejerce sobre la actividad del comercio de carne.

Hay que destacar que el volumen de producción no se coloca solamente en este mercado, existen varios comerciantes que tienen establecidos locales comerciales en los alrededores del sector, incluso en la Provincia de Imbabura.

1.4.4 ENTREVISTA DIRIGIDA AL ALCALDE DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

01.- ¿Cree Ud. que actualmente los señores de las tercenas, utilizan métodos, técnicas y procedimientos adecuados para conservar y preservar la salud de las personas?

No, las personas de las tercenas no utilizan ni métodos, ni técnicas ni procedimientos para conservar la salud, la carne siempre está a la intemperie sin ningún tipo de protección.

Un enfoque contemporáneo sobre la higiene de la carne basada en el análisis de riesgos requiere que las medidas higiénicas se apliquen a los puntos de la cadena alimentaria cuando tengan mayor valor para reducir los riesgos alimentarios para los consumidores. Ello deberá reflejarse en la aplicación de medidas específicas que estén basadas en la ciencia y en la evaluación de riesgos, prestando más atención a la prevención y control de la contaminación durante todos los aspectos de la producción de la carne y su ulterior elaboración.

Así mismo, el consumidor tiene expectativas sobre temas relativos a la idoneidad que no son necesariamente significativos para la salud humana.

Ha cambiado el aspecto de las enfermedades transmitidas por la carne que son de importancia para la salud pública, a la par de los cambios sufridos por los sistemas de producción y elaboración. El hecho de que el problema continúe ha quedado bien ilustrado en años recientes con estudios de vigilancia en seres humanos.

02.- ¿Cree Ud. que hay amenazas en la compra de la carne que consumimos?

Si hay muchas amenazas, las enfermedades que puede producir consumir carne que no tiene el respectivo cuidado y un proceso de mantenimiento y refrigeración adecuada puede causar mucho daño.

Todas las zonas e instalaciones en las que se faenen cuerpos de animales o pueda haber carne deberán estar diseñadas y construidas de manera que se faciliten unas buenas prácticas de higiene y se reduzca en la mayor medida posible la contaminación de la carne cruzada durante las operaciones; se pueda llevar a cabo una limpieza, desinfección y mantenimiento eficaces durante las operaciones y entre ellas los suelos de las zonas en que haya agua tengan suficiente declive hacia sumideros dotados de rejillas o protegidos de algún otro modo, para asegurar un desagüe continuo.

03.- ¿El Gobierno Municipal asume la responsabilidad de velar por la salud e integridad de sus habitantes?

Sí, pero no se las ha podido poner en practica porque no se toma las acciones correctivas para que la situación de insalubridad que existe en las tercenas se mejore se debe generar estrategias y acciones para realizar un mejor control de la forma como se manipula la carne. El gobierno municipal realiza inspecciones a las diferentes tercenas para verificar el estado de salubridad que tienen, verificar si cumplen con los permisos de funcionamiento que exige la ley incluso si las instalaciones de donde funcionan estas tercenas es el adecuado.

04.- Piensa Ud. que la creación de una Empresa de Rastro ayudaría al desarrollo económico y urbanístico.

Si, sería un apoyo importante para el desarrollo de este cantón que mucha falta le hace.

05.- El Proyecto incrementara las tasas de Empleo

Todo proyecto por pequeño que sea siempre genera fuentes de empleo y es un aporte al desarrollo productivo y económico del lugar donde se ejecute.

A un que se contrate a una sola persona eso genera una plaza de empleo siendo esto muy productivo desde el punto de vista de la sociedad

06.- ¿Qué sugerencias daría para la creación del camal?

Pues mi sugerencia seria que se haga una administración transparente con mucha responsabilidad acatando todas las disposiciones y reglamentos de los organismos superiores, llevar un proceso administrativo adecuado, estableciendo de una manera correcta su filosofía empresarial.

- Implementar mecanismos para el cumplimiento de las normas de higiene y seguridad industrial.
- Realizar una limpieza diaria de los corrales, pisos, paredes, así como un mantenimiento de los equipos industriales para evitar las continuas interrupciones en las operaciones.
- Los subproductos deben ser atendidos con más cuidado en cuanto a limpieza se refiere, ya que puede ocasionar riesgos graves de contaminación.

- Todas las labores deben ser realizadas bajo supervisión de personal entrenado y de médicos veterinarios debidamente autorizados por el Ministerio de Sanidad y de Asistencia Social y el Ministerio de Agricultura y Cría.

07.- ¿Qué amenazas existe para la creación de este?

La principal amenaza que tendría sería la no aceptación del mejoramiento de los procesos de calidad de las mismas terneras que no son acostumbradas a tener un proceso de higiene y esto implicaría un costo adicional.

Para el mantenimiento de unas normas de higiene adecuadas, las industrias encargadas del faenamiento de animales están obligadas a utilizar grandes cantidades de agua, lo que constituye un factor importante al costo de elaboración. Su tratamiento posterior en la planta y su descarga final en vertederos aceptables aumenta los gastos generales, por lo que resulta esencial que se utilice el volumen mínimo de agua necesario para alcanzar unas normas higiénicas adecuadas, así como la constante verificación del uso.

La mayor fuente de contaminación se encuentra en las aguas residuales de los mataderos que incluyen heces y orina, sangre, pelusa, lavazas y residuos de la carne.

- La no existencia de un tratamiento parcial o total de los desechos urbanos.
- La no existencia de una planta de tratamiento de desechos y de allí a las aguas que los reciben.
- La no existencia de instalaciones de riego después de un tratamiento primario y el paso por un tamiz fino.

08.- ¿Dónde Cree Ud. que se lo debería ubicar?

Se manifiesta que lo debe ubicar en un lugar apartado de la ciudad para que no de una mala impresión y no se generen malos olores.

09.- ¿Por qué no se ejecutan los planes como el del año 2002, en donde consta la creación de un camal?

Los planes si se los viene ejecutando pero según la prioridad y los recursos asignados para la construcción de estos ya que es evidente que es una obra de gran prioridad.

1.4.5 ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CONCEJALES DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

01.- ¿Cree Ud. que actualmente los señores de las tercenas, utilizan métodos, técnicas y procedimientos adecuados para conservar la salud e integridad de las personas?

Los procedimientos para realizar las operaciones de recogida, depuración y vertido de los residuos, respetando las normas de protección del medio ambiente, las tercenas en la actualidad no cumplen con esta normativa.

Realizar las operaciones de valoración, sacrificio y faenado de distintas especies animales, preparando a estos para el sacrificio. Despiezar canales y obtener piezas y despojos comestibles. Clasificar y almacenar el producto final, cumpliendo la normativa técnico sanitaria vigente. Manejar la maquinaria y equipos correspondientes, cuidando de la limpieza de las instalaciones y los instrumentos. Estos y muchos más procedimientos no son cumplidos actualmente por los propietarios de tercenas.

No cuentan con la capacitación suficiente para desarrollar su actividad en las áreas funcionales de: recepción, producción (preparación de equipos, ejecución y control de las operaciones, calidad del producto) y almacén (almacenamiento y expedición de productos). Despojos comestible, subproductos, residuos a eliminar.

Garantía de seguridad y salubridad de los productos alimentarios. Instalaciones y equipos limpios, desinfectados y en estado operativo. Residuos en condiciones de ser vertidos o evacuados. Como se viene mencionando lo anteriormente escrito no es respetado por las llamadas terceras.

En el ámbito profesional no están capacitados para poder ejercer su trabajo en establecimientos de tamaño diverso: mataderos industriales de ámbito comarcal y local, salas de despiece anexas o independientes y Carnicerías donde se faene ganado (vacuno, equino, ovino, porcino, aves y conejos).

02.- ¿Cree Ud. que hay amenazas en la compra de la carne que consumimos?

Una de las principales fuentes de proteína es la carne, constituye el complemento nutricional más ampliamente adquirido dentro de los hábitos de consumo de la población

Las carnes que se expende en los diversos mercados de la ciudad, no es apta para el consumo humano y existe peligro para la población que la compra y consume, quien desmiente los rumores o noticias de que la carne que se expende en los mercados no está contaminada nadie, porque la mayoría de las personas que habitamos esta ciudad sabemos que estamos corriendo peligro en consumir la carne producida por las terceras.

.

Ningún propietario de las tercenas, precisó que la carne que se expende en los diversos mercados de la localidad proviene de ganado bovino que se sacrifica y se supervisa en el interior de un lugar que sea apto para el sacrificio de animales para el consumo humano, por lo que no se descarta que dicha carne esté contaminada o provenga de ganado enfermo.

Desconocemos que en el interior de las tercenas las autoridades locales a través de la comisión pertinente cuenten con médicos veterinarios que se encargan de verificar el estado de salud de los animales que llegan para su sacrificio. Además de que la carne antes de salir del lugar de sacrificio para su venta en los mercados no es analizada y certificada por los representantes sanitarios, con el fin de evitar que llegue a los mercados carne que no sea apta para el consumo humano.

Por último la carne que consumimos no es cien por ciento segura y apta para el ser humano.

03.- ¿El Gobierno Municipal asume la responsabilidad de velar por la salud e integridad de sus habitantes?

El gobierno municipal debe reconocer como un derecho humano universal, resultante de la interacción de diferentes factores y condiciones en lo individual, familiar, laboral y comunitario, cuya protección es responsabilidad del estado a través del sistema nacional de salud y del gobierno local.

Pero para que el gobierno garantice y vele por la salud de sus habitantes es fundamental trabajar en la construcción de condiciones de vida saludables, potenciando el desarrollo integral de la población de la ciudad, fomentando una cultura de convivencia ciudadana basada en el respeto y el buen trato, el reconocimiento y valoración de la diversidad, la

protección especial para las personas y grupos en condiciones de vulnerabilidad.

También debemos decir que el municipio no asume y no fomenta el desarrollo de ambientes y estilos de vida saludables que potencien las condiciones de salud y calidad de vida de la población de la ciudad.

Debe de garantizar el acceso equitativo y universal a servicios de atención integral de salud, a través del funcionamiento de una red de servicios de gestión desconcentrada y descentralizada.

El gobierno municipal debe incorporar la participación ciudadana en el desarrollo de políticas de salud, la planificación, veeduría y control social en todos los niveles y ámbitos de la salud de la ciudad.

04.- ¿Piensa Ud. que la creación de una Empresa de Rastro ayudaría al desarrollo económico y urbanístico?

Por supuesto que sí, así habría más control, y sería un desarrollo para toda la ciudadanía,

05.- ¿El proyecto incrementara las tasas de Empleo?

Si algo es bueno, todo a su alrededor mejoraría, empleo, confianza en la terrena, seguridad al consumir un producto sano,

06.- ¿Qué sugerencias daría para la creación del camal?

El proceso de faenamiento de ganado bovino, porcino y ovino no tiene que limitarse a las operaciones tradicionales que cualquier matadero lo hace, y tienen que considerar la importancia de que dichos procesos estén acorde con el adelanto técnico y científico del sector, más aún si se

trata de prevenir los daños ambientales que acarrea ésta actividad; daños al recurso aire por sus permanentes malos olores, al recurso suelo por la quema o entierro que directa o indirectamente se hace de los desechos y más grave el deterioro al recurso agua que por la gran cantidad de carga orgánica contamina y deteriora la salud de la fauna en la zona y hasta la salud pública.

Por esta razón es importante que la carne provenga de animales que garanticen su calidad e higiene y lo más importante que se efectué un adecuado tratamiento antes de la muerte y post – muerte, para así obtener una carne de buenas condiciones nutricionales. Por lo que es necesaria la creación de un camal.

Debe de ser uno de los más modernos camales frigoríficos, además de ser rentable económicamente debe de ser sustentable ambientalmente, y lejos de contaminar las corrientes de agua, debe de entregar el agua en mejores condiciones que las que recibieron.

07.- ¿Qué amenazas existe para la creación de este?

Una de las principales amenazas seria los impactos Ambientales ya que un camal que incluya corrales de espera, sacrificado, eliminación de sangre, separación de pieles y en el caso de los cerdos pelos y subproductos está relacionado con los efluentes que transportan los residuos de las operaciones unitarias.

En el caso de la contaminación atmosférica es el olor que producen las sustancias putrescibles por descomposición orgánica lo cual es una molestia constante. Los desechos sólidos que no son arrastrados por las aguas servidas del camal son incinerados o enterrados en lugares cercanos al camal contaminando el suelo y deteriorando sus condiciones como suelo útil.

Los peligros que tienen los trabajadores, en cuanto a su seguridad, está relacionado con cortes por cuchillos, sierras y otras herramientas cortantes, caídas en los pisos resbalosos, quemaduras en el caso de tener agua caliente, choques eléctricos por los equipos de alta tensión, enfermedades contraídas por la cercanía con animales, enfermedades de la piel, entre otras.

08.- ¿Dónde Cree Ud. que se lo debería ubicar?

Creo lo idóneo es ubicarlo en las afueras de la ciudad, pero tomado en consideración que tenga un acceso fácil, es decir que se disponga de una carretera en óptimas condiciones.

09.- ¿Por qué no se ejecutan los planes como el del año 2002, en donde consta la creación de un camal?

Siempre habrá en nuestro país a quien culpar, nos referimos a la corrupción y las promesas falsas de campaña electoral y el desinterés por parte de algunas autoridades.

1.4.6 MATRIZ FODA GENERAL

Para una mejor identificación, de la investigación anteriormente expuesta, es necesario, hacer un esquema que permita establecer la situación del proyecto, analizando tanto sus características internas (Debilidades y Fortalezas), como su situación externa (Amenazas y Oportunidades).

Es necesario recalcar que esta matriz se la realizó en base a las matrices que pertenecen a cada factor como son; los restaurantes, las familias y los comerciantes, que consumen o expenden carne de diferentes tipos en el Cantón Huaca, Provincia del Carchi.

Esto se lo puede visualizar en el siguiente esquema;

Cuadro N. 5 Matriz FODA General

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS Restaurantes, Familias, Comerciantes, Autoridades del Cantón	FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES Restaurantes, Familias, Comerciantes, Autoridades del Cantón
	F1. Precios competitivos.		O1. Facilidad para el consumidor de adquirir el producto.
	F2. Facilidad de implementar la Infraestructura		O2. Precios estables de la materia prima.
	F3. Valor nutricional primordial del producto.		O3. Apertura de mercados
	F4. Los consumidores no identifican alguna marca específica		O4. Creciente demanda de productos cárnicos.
	DEBILIDADES Restaurantes, Familias, Comerciantes; Autoridades del Cantón		AMENAZAS Restaurantes, Familias, Comerciantes, Autoridades del Cantón
	D1. La falta de experiencia.		A1. Mayor uso de productos sustitutos.
	D2. Falta de investigación en el medio		A2. Poco conocimiento del mercado
	D3. Poco capital		A3. Productos y empresas de la competencia
	D4. Escasa capacidad de gestión con los productores de la materia prima.		A4. Alta informalidad en la comercialización de la materia prima.

Elaboración: La Autora

1.4.7 CRUCE FODA

Con la finalidad de trazar estrategias que se acoplen, corrijan o refuercen la situación actual del contexto del estudio de factibilidad para la creación de la Empresa Municipal de Rastro en el Cantón san Pedro de Huaca-provincia del Carchi, se diseñó una matriz de combinación FODA, identificada a continuación;

Cuadro N. 6 Matriz FODA para la Formulación de Estrategias

<div> <div>FACTORES INTERNOS</div> <div>FACTORES EXTERNOS</div> </div>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Precios competitivos.	D1. La falta de experiencia.
	F2. Facilidad de implementar la Infraestructura	D2. Falta de investigación en el medio
	F3. Valor nutricional primordial del producto.	D3. Poco capital
	F4. Los consumidores no identifican alguna marca específica	D4. Escasa capacidad de gestión con los productores de la materia prima.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. Facilidad para el consumidor de adquirir el producto.	F1O1.Comercialización de los productos hacia los mercados locales, permite mejorar los ingresos de los productores	D1O1. Al implementar registros de comercialización de estos productos, se podrá controlar los costos de producción, como también el volumen de ventas.
O2. Precios estables de la materia prima.	F2O2. Observar y acatar criterios técnicos para la construcción de la Empresa de Rastro	D2O2. La producción de carne al ser comercializados directamente con el consumidor, permite reducir la competencia y a la vez ofertar los productos a precios más bajos.
O3. Apertura de mercados	F3O3. Contar con capital propio para el funcionamiento de la producción permite mejorar la rentabilidad, al no tener compromisos de pago con entidades bancarias	D3O3. Diseñar una propuesta que permita generar ingresos por ventas
O4. Creciente demanda de productos cárnicos.	F5O5. Al brindar atención personalizada a nuestros clientes se ampliará la gestión hacia nuevos mercados.	D4O4. Realizar compromisos de cupos de adquisición de animales

AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1. Mayor uso de productos sustitutos.	A1F1. Incentivar el consumo de productos cárnicos por el aporte nutritivo a la dieta poblacional	D1A1. Implementar sistemas de comercialización de los productos, permitirá para competir con los productos cárnicos.
A2. Poco conocimiento del mercado	A2F2. Implementar el departamento de atención al cliente y servicio post venta	D2A2. Presentar en el mercado productos derivados, permitirá incrementar la demanda.
A3. Productos y empresas de la competencia	A3F3. Establecer la obligatoriedad de vender cárnicos con certificaciones de control del Municipio	D3A3. Hacer un estudio de la campaña publicitaria de la competencia para colocar el producto en el mercado.
A4. Alta informalidad en la comercialización de la materia prima.	A4F4. Posicionar la Empresa de Rastro en la Localidad como servicios y productos garantizados, de calidad	D4A4. Incentivar la agremiación de los productores de animales, bajo la tutela y patrocinio del Municipio del cantón san Pedro de Huaca.

Elaboración: La Autora

1.4.8 IDENTIFICACION DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSION

La población del El Cantón San Pedro de Huaca, en los últimos años ha crecido notablemente y la proyección de la misma hacia futuro, lo que denota que a la par el incremento de las necesidades se mantienen en plena vigencia.

Es así que un de las necesidades más básicas es la alimentación, con productos garantizados, higiénicamente tratados, que permitan elevar la calidad de vida de la localidad y al no existir una institución que regule el faenamiento y distribución en forma adecuada en el Cantón, se justifica plenamente en este proyecto realizar el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”.

Con esta propuesta se contribuye al progreso de las comunidades involucradas del Cantón mediante el mejoramiento de sus ingresos económicos y creando nuevas fuentes de empleo, por todas las razones antes expuestas es indispensable que se impulse la creación y funcionamiento de la Empresa Municipal de Rastro.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

2.1 DEFINICIÓN

La complejidad del desarrollo e iniciación de necesidades que tiene la sociedad en general, obliga a efectuar acciones tendientes a intervenir en diferentes campos con la finalidad de atender a esas necesidades. Es así entonces que con la formulación y evaluación de proyectos se establece la capacidad técnica y práctica de ofertar productos y servicios que son oportunidades de verdadera solución a problemas diagnosticados. Entonces según;

(Ramírez & Margot, 2006, pág. 44) “Un estudio de factibilidad podrá pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de los parámetros de alta calidad, de exigencia de emprendedores o inversores sobre ellos mismos y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de investigación necesaria a cumplir, para lograr información seria y creíble sobre el proyecto de inversión”.

Además, *“es una de las primeras etapas del desarrollo de un proyecto productivo”*. (mitecnologico.com, 2010). El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre ese proyecto, además se busca un modelo lógico de alto nivel que permita darse cuenta de falencias del plan y a partir del cual se crean soluciones alternativas.

2.2 TIPOS DE FACTIBILIDAD

Al establecer las diferentes etapas de un proyecto, primeramente se analiza los ámbitos que son factibles y pueden ser:

- La factibilidad técnica determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto.
- La factibilidad legal determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.
- La factibilidad económica determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto.
- La factibilidad de gestión determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.
- La factibilidad ambiental determina el impacto sobre el ambiente.
- La factibilidad política corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad. (Córdova Padilla, 2006, pág. 21)

A esto también se añade

“La Factibilidad Comercial: Proporciona un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado”. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>, 2010)

Estos son aspectos básicos de la fase de investigación, para determinar la puesta en marcha del proyecto, o en su defecto desistir de la intención de ejecutarlo.

2.3 IMPORTANCIA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Es primordial tener en cuenta que la escasez de los recursos tiene la obligación implícita de ser innovadores, creativos y austeros, siendo

imperativo el trabajo basado en proyectos y aún más importante el poseer elementos para la evaluación de factibilidad y viabilidad de proyectos de desarrollo que permitan mayor seguridad a la inversión de recursos económicos, tecnológicos, materiales y humanos para la solución de las problemáticas sociales y empresariales de una manera eficiente y eficaz

La importancia de la formulación y evaluación de proyectos, radica en que es *“tomada como un proceso de generación de información que sirve de apoyo a la actividad gerencial, para la toma de decisiones”*. (Sapag Chain, 2007, pág. 16)

2.4 ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El diseño y la evaluación de proyectos de factibilidad es un proceso que tiene por finalidad cumplir con ciertos parámetros que permitan obtener información confiable, veraz y oportuna, para la toma de decisiones. Según (Córdova Padilla, 2006, págs. 22, 24, 26), las etapas que son directrices del estudio de factibilidad son:

- *Diagnóstico*
- *Estudio de mercado*
- *Estudio técnico*
- *Estudio financiero*

2.5 EL DIAGNOSTICO DE UN PROYECTO

En la formulación de proyectos, el diagnóstico es la base sobre la que tomamos todas las decisiones de la investigación, que luego son la base para planear el trabajo futuro y las posibles reacciones de una determinada entidad organizacional, criterio, factor, alternativa, entre otros, con la introducción de una nueva propuesta.

Este tipo de exploración es una tarea absolutamente subjetiva, pero en definitiva las acciones del diagnóstico permiten conocer de mejor manera la realidad, la existencia de debilidades, fortalezas, problemas y potencialidad es en algún aspecto de la estructura de la población bajo estudio, además entender las relaciones entre los distintos actores sociales que se desenvuelven en un determinado medio y prever posibles reacciones dentro del sistema frente a las acciones de intervención.

2.5.1 DEFINICIÓN

Una de las primeras acciones que intervienen en la formulación y evaluación es denominada como diagnóstico, entonces es, *“como una radiografía que se tiene del problema que afecta a la comunidad”*. (Menco Rivera, 2010). Es decir, es una descripción de todos aquellos problemas que afectan a una comunidad y que es necesario manifestar, profundizando aquel problema que se desea resolver, con el fin de conocerlo más profundamente y solucionarlo definitivamente. El diagnóstico constituye *“un proceso de análisis, fundamental para el desarrollo del proceso general de planificación, que permite precisar la naturaleza y magnitud de los problemas que afectan a una actividad, institución o sistema, así como sus perspectivas a futuro si no cambia nada”*.(García, 2004, pág. 35). Todo proyecto debe sustentarse en un diagnóstico eficiente que permita evaluar los recursos disponibles e identificar y seleccionar las alternativas más promisorias para la mejor utilización de dichos recursos.

2.6 ESTUDIO DE MERCADO

2.6.1 DEFINICIÓN

El mercado y la confluencia de factores afectan o son la razón de ser de las iniciativas de negocios es así que, definiendo el término se dice que:

(Hamilton, 2005, pág. 36), “es el conjunto de investigaciones que permiten la obtención, el registro y el análisis de los hechos relacionados con la transferencia y la venta de bienes y servicios del fabricante al consumidor”. Abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a este, entre ellas se puede mencionar factores tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda existente en una localidad específica.

En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio de mercado es:

(Ilpes, 2002, pág. 72) “probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, en un cierto periodo”,

Entre los principales aspectos que determinan el estudio de mercado están: La demanda, la oferta, los precios y la comercialización

2.1.1 MERCADO

Es importante destacar que la humanidad a lo largo de la historia, se ha destacado por ocupar sectores geográficos, en donde se establecen grupos poblacionales que requieren, esporádicamente, periódica o permanentemente, ciertos bienes tangibles e intangibles. *Etimológicamente, el término mercado viene del latín mercatus (tráfico, comercio).* (Baena Graciá, 2011, pág. 81)

Por lo que “es el lugar en el que se produce una relación de intercambio, en donde existen un conjunto de personas individuales u organizadas, que necesitan bienes determinados, que desean y pueden comprar” (López, Mas, & Viscarri, 2010, pág. 24)

2.1.1.1 Clasificación de los mercados

Las posibilidades de clasificación de los mercados atienden a múltiples criterios en función de los objetivos propuestos y características más frecuentes. En el cuadro a continuación se puede distinguir los siguientes

Gráfico Nº 40 Clasificación de los mercados

CRITERIO	TIPOLOGÍA
TIPO DE DEMANDA	Mercados de consumo. – Mercados de consumo inmediato. – Mercados de consumo duradero. – Mercados de servicios. Mercados organizacionales.
NIVEL DE COMPETENCIA	Monopolio de la oferta. Oligopolio. Competencia perfecta. Competencia monopolística.
ÁMBITO GEOGRÁFICO-ESPACIAL	Local. Regional. Nacional. Internacional.
NATURALEZA DE LOS PRODUCTOS	Agropecuarios. Materias primas. Manufacturados. Servicios. Activos financieros. Ideas.
BENEFICIOS BUSCADOS	Diferentes clasificaciones en función de los posibles beneficios buscados en cada tipo de producto.
CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR	Diferentes clasificaciones en función de las variables a considerar en el consumidor: Sociodemográficas. Económicas. Culturales. Estilos de vida. Consumo.
INTENSIDAD DE LA DEMANDA Y LA OFERTA	Mercado de compradores. Mercado de vendedores.
ÁMBITO TEMPORAL	Corto plazo. Medio plazo. Largo plazo.

Fuente: (Águeda, García, Narros, Olarte, Reinares, & Saco, 2006, pág. 83)

La intención del estudio de un mercado, es introducirse en él mismo, con nuevas opciones de oferta, o bien diversificando la histórica.

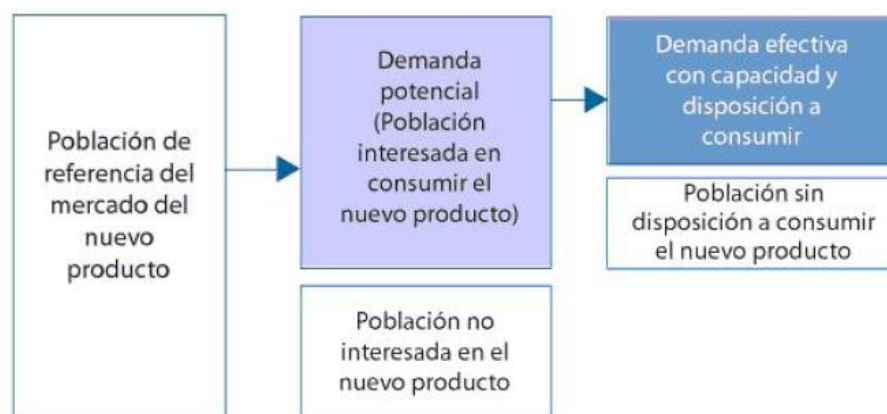
2.1.2 SEGMENTO DE MERCADO

Una posibilidad para estudiar un mercado consiste en clasificar y dividir el mismo en partes, formando grupos de compradores y de consumidores que tienen necesidades similares, con hábitos que responden a motivaciones comunes.

En un esfuerzo por definirlo se establece que *(López Rúa & Rivera Camino, 2012, pág. 86). La segmentación de mercado es la subdivisión del mercado en una serie de grupos homogéneos”.*

Se circunscribe además que los esfuerzos comerciales que realizan las entidades públicas y/o privadas en forma de promoción de ventas y publicidad en general deben estar dirigidas a las personas que van a decidir la comprar.

Gráfico N° 41 Poblaciones de enfoque



Fuente: (Fernández Espinoza, 2007, pág. 35)

La definición y reconocimiento del tipo de mercado donde se comercializa los productos brinda una visión generalizada del tipo de actividades comerciales que se deben realizar, sin embargo los mercados son diversos y cada uno de ellos está integrado por tipos de personas de edad, sexo, costumbres, y personalidad diferentes, entre otros.

2.1.2.1 Demanda

Se despliega en base al requerimiento de la satisfacción de necesidades que normalmente son de tipo individual, o de grupos,

La demanda por un bien o servicio se define como:

(Keat & Kotler, 2011, pág. 79) “Las cantidades de un bien o servicios que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un cierto”

2.1.2.2 Oferta

En diferentes entornos participan elementos que intervienen en la dinámica de la organización económica, de sectores diferenciados por empresas que colocan productos en cantidades proporcionales a la necesidad de esas colectividades.

La oferta se define como *“la capacidad y deseo de vender cantidades específicas de un bien a distintos niveles de precio en un determinado periodo de tiempo, permaneciendo los factores constantes”*.(Caldas, Blanco, Carrión, & Heras, 2011, pág. 58)

La cantidad ofrecida por los fabricantes o productores de un determinado bien depende de varios factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el oferente.

2.1.2.3 Demanda Insatisfecha

Se proceded a calcular le demanda insatisfecha con la finalidad de conocer si existe una brecha de mercado que se puede cubrir con el proyecto, es por esto que;

(Córdova Padilla, 2006, pág. 215), se refiere al término de la siguiente manera: *“La información sobre la demanda insatisfecha se obtiene del balance de la demanda y la oferta proyectada obtenida ene le estudio de mercado: el análisis de este punto permite seleccionar el tamaño del proyecto”*.

Uno de los objetivos del estudio de mercado es determinar si un bien o producto puede ser colocado, justificando tal propuesta de manera cuantitativa y cualitativa, para ello existe el cálculo de la demanda insatisfecha, el que se realiza con una comparación numérica e histórica, con las proyecciones respectivas.

2.1.3 MARKETING MIX

El marketing es considerado de maneras muy diferentes, especialmente por la actividad de comercializar productos y servicios de manera rentable para la empresa, a través de la satisfacción de los clientes. Por lo tanto, los negocios que venden, productos idénticos, similares o sustitutivos buscan maneras diferentes de comercialización. Para cumplir con esta tarea se identifica los elementos del marketing, entre los que están:

- *Producto*
- *Precio*
- *Plaza y*
- *Promoción (López, Mas, & Viscarri, 2010, pág. 291)*

Cuadro N. 7 Esquema General de los Componentes y Subcomponentes del Marketing Mix

COMPONENTES	CONCEPTO BÁSICO	OBJETIVOS	SUBCOMPONENTES
PRODUCTO	Todo elemento tangible e intangible, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser capaz de satisfacer una necesidad o un deseo específico. ✓ Ser capaz de generar preferencia por parte de los consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Características técnico funcionales • Amplitud de la línea de productos. • Profundidad de la línea de productos • Servicios relacionados con el producto • Presentación, empaquetado, tamaños, formatos, colores, etc. • Marca y submarcas; nombres de los productos.
PRECIO	Monto en dinero que están dispuestos a pagar los consumidores para lograr el uso, posesión o consumo de un producto específico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asegurar un nivel de precios para el producto que responda a los objetivos del marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios base. • Descuentos. • Bonos, extras. • Condiciones de pago.
PLAZA	Estructura interna y externa que permite establecer el vínculo físicos entre la empresa y los mercados para permitir la compra de los productos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formalizar y desarrollar las operaciones de compra – venta de los productos. ✓ Generar mayores oportunidades de compra por parte de los consumidores. ✓ Facilitar la adquisición, obtención de información o asistencia técnica, la solución de problemas, el uso, la operación, el mantenimiento, reparación, etc., de los productos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura mayorista. • Estructura minorista • Organización o red de ventas. • Sucursales, agencias, representaciones, franquicias. • Organización para el servicio de pedidos y la entrega. • Transporte. • Servicios a clientes; quejas, reclamos, devoluciones.
PROMOCIÓN	Actividades que realizan las empresas mediante la emisión de mensajes para dar a conocer el producto y las ventajas competitivas de este, con el fin de provocar la inducción de compra	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Informar; distribuir información, dar a conocer el producto, ganar exposición de marca, eliminar barreras, crear imagen de marca. ✓ Crear Inducción de compra; comunicar las potencialidades de los productos, convencer reforzar o conquistar la preferencia, ofrecer incentivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad; mensaje y medios. • Promoción de ventas; mensaje y actividades. • Relaciones públicas.

Fuente: (Soriano, 2010, págs. 16,17)

Elaborado por: La Autora

2.2 ESTUDIO TÉCNICO

Lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado.

Las decisiones que se adopten como resultado del estudio técnico determinarán las necesidades de capital y de mano de obra para poner en ejecución el proyecto, además de establecer interrogantes y premisas descritas en el siguiente cuadro.

Cuadro N. 8 Valores del Estudio Técnico

Producir	¿Dónde? ¿Cuánto? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Con qué?
Objetivo:	Verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o servicio
Determina:	Tamaño óptimo Localización óptima Equipos e instalación Sugerir la organización requerida

Fuente:(Córdova Padilla, 2006, pág. 209)

2.2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Al establecer el tamaño más adecuado de un proyecto, se deberá apelar a la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, a la localización, la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos relevantes dependiendo del proyecto.

Además el tamaño de un plan de negocio puede dimensionarse por “*el monto de inversión asignada al proyecto, por el número de puestos creados, por el espacio físico que ocupe sus instalaciones, por la participación que tenga la empresa en el mercado y por el volumen de ventas alcanzado*”.(Flórez Uribe, 2007, pág. 46)

2.2.2 CAPACIDAD DISEÑADA

Generalmente, los proyectos requieren cierto tipo de recursos, para que puedan efectuar la actividad para la cual fueron bosquejados, entonces la capacidad diseñada “*corresponde al máximo nivel posible de producción con el que son diseñados los equipos*”. (Flórez Uribe, 2007, pág. 46)

2.2.3 LOCALIZACIÓN

La distribución geográfica del mercado, de las materias primas e insumos, además de la importancia de los costos de distribución, hacen que la determinación del lugar de asentamiento sea un aspecto estratégico, para el éxito del proyecto.

2.2.3.1 Método de Localización

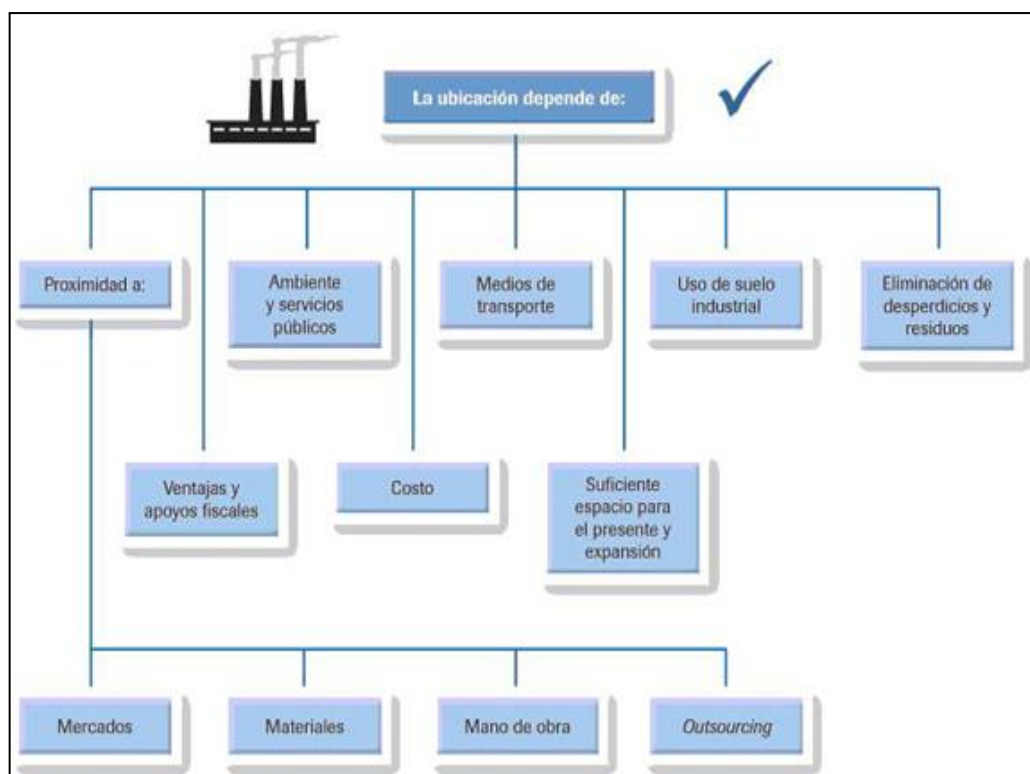
Considerando y analizando las estrategias que ofrezcan mayores ventajas para el éxito de la implementación de la propuesta, se estima de suma importancia la ubicación geográfica de la planta de producción y ventas, por lo que se inserta el criterio a continuación;

“Para definir el sitio preciso, se utiliza un método de ponderación de factores, donde a cada uno se le asigna un porcentaje. Luego se entra a calificar diferentes alternativas, escogiendo aquellas que además de

presentar el mayor puntaje ofrezca los mayores aspectos de carácter cualitativo”.(Flórez Uribe, 2007, pág. 51)

Tentativamente se estima algunos factores como los que se describen en el gráfico a continuación

Gráfico N° 42 La Ubicación de la Planta



Fuente:(Lerma Kirchner, 2010, pág. 221)

2.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

La perspectiva del estudio de económico - financiero es analizar el comportamiento de los ingresos generados por el proyecto, frente a los costos y gastos que son establecidos, que se puede evidenciar con el uso de herramientas como el cálculo del valor actual neto, la tasa interna de

retorno, el periodo de recuperación, el punto de equilibrio entre otros, mismos que permiten conocer la rentabilidad en el tiempo actual y a futuro de acuerdo a las restricciones propias del proyecto.

Según Eslava José de Jaime, 2008. Pág. 248; Desde el punto de vista conceptual, “El análisis económico-financiero consistirá, básicamente, en la elaboración de una serie de previsiones que conciernen, por una parte, a las necesidades de fondos que absorberá la inversión en su conjunto a lo largo del tiempo, y, por otra, a los fondos que esta irá generando conforme se vaya desarrollando la actividad asociada a ella”.

Además este tipo de análisis estudia la estructura y evolución de los resultados de la empresa tanto ingresos como gastos y la rentabilidad o el rendimiento de los capitales utilizados.

2.3.1 ESTADOS FINANCIEROS

Como en toda operación empresarial, se los emite a través de documentos o informes que sirven como información financiera de la empresa sea los recursos propios y ajenos, la rentabilidad que se ha generado con la actividad económica, o las entradas y salidas del producto o servicio en un período determinado, y son;

2.3.1.1 Balance de General

La presentación de este estado financiero tiene tres apartados básicos que son: Activos, Pasivos, Capital o Patrimonio

- Activos: Son todos los bienes que son de propiedad de la empresa y no están disponibles para la venta.
- Pasivos: Son todas las obligaciones que tiene la empresa para con terceras personas.

- Capital o Patrimonio: Es el capital con el cual se inicia la empresa o es la aportación de sus socios.

Para lo cual Pascual Pedreño Eladio, 2010. Pág. 9, afirma; *“al empezar el ejercicio, la empresa posee un determinado patrimonio. La composición de tal patrimonio es lo que se refleja en el balance de situación inicial de la empresa, que será el punto de partida del ciclo contable”*.

2.3.1.2 Estado de Resultados

Su fundamento radica en que las entidades económicas indican cómo han conjugado los recursos disponibles para la consecución de sus objetivos.

Tácitamente los estados financieros son;

Para Ávila Macedo Juan José, 2007. Pág. 68; *“los que muestran el aumento o la disminución que sufre el capital contable o patrimonio de la empresa como consecuencia de las operaciones practicadas durante un periodo de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de ingresos, costos, gastos y productos que las mismas provocaron”*.

2.3.1.3 Flujo de Caja

Todo proyecto de inversión tiene como meta generar un beneficio económico en base a esta razón es importante conocer la provisión permanente del dinero que se va a tener por realizar una actividad económica determinada.

Es así que el autor Cortadas Guasch Pau, 2006. Pág. 53; determina: *“Que el flujo de caja, o cash-flow, de una empresa es la suma monetaria neta realmente recibida en un periodo de tiempo determinado.”*

En este tema también es pertinente elaborar la correspondiente proyección de los flujos de caja anual, con el fin de realizar una eficiente toma de decisiones.

2.3.2 ANÁLISIS FINANCIERO

Entre las principales herramientas están;

2.3.2.1 Tasa Mínima de Rentabilidad

Acerca de esto Van Horne James C. 2003.Pág., 336, opina que; *“Es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo netos esperados con la inversión inicial”*.

Ciertamente no hay una tasa de rentabilidad estandarizada aunque existen mínimos aceptables en función al costo de oportunidad que tiene el inversionista para ganar más dinero y el riesgo que está dispuesto a asumir para tener esa ganancia adicional

Para calcular esta tasa se utiliza la siguiente formula;

TASA MÍNIMA RENTABLE

= COSTO DE OPORTUNIDAD + INFLACIÓN + RIESGO PAIS

2.3.2.2 Valor Actual Neto

El valor actual neto, implica elaborar el Estado Resultados para obtener los flujos de caja, calcular una tasa de descuento mínima rentable y mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Valor Actual Neto} = \frac{\sum \text{Flujos de Caja}}{(1 + t)^n \text{ periodos}}$$

Para Eslava José de Jaime. 2008. Pág. 285; “Es quizás el método conceptualmente más perfecto para evaluar la rentabilidad económica de un proyecto de inversión. El método parte de fijar una determinada tasa de actualización o descuento para establecer la actualización de los cash-flow generados en cada periodo, al año 0”.

Mediante esta técnica se pueden contrastar los flujos de caja actualizados a valor presente con la inversión realizada, si el resultado es positivo implica rentabilidad en cambio si los cálculos son negativos implica que el proyecto no es viable.

2.3.2.3 Tasa Interna de Retorno

Cada inversión, significa realizar un trabajo de análisis exhaustivo, para realizar parte de ese estudio es la herramienta de análisis financiero denominada Tasa Interna de Retorno o TIR.

Oscar Elvira Benito. 2008. Pág. 51; se pronuncia “*De aquí que se deduce que la TIR es aquella tasa de actualización que hace que el VAN se iguale a cero*”. También se utiliza una fórmula matemática descrita a continuación;

$$\text{Valor actual neto} = \frac{\sum \text{Flujo de caja}}{(1 + \text{TIR})^n \text{ periodos}}$$

2.3.2.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un método mediante el cual se establecen los costos fijos y variables comparándoles con el nivel de ventas obtenido.

Tomando en cuenta que el costo variable se incrementa proporcionalmente con el volumen de producción, mientras que los costos fijos se mantienen relativamente estables independientemente de la producción realizada en un período.

Fórmula de estimación;

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas}}}$$

2.4 TIPOS DE EMPRESAS

Las organizaciones que ofertan bienes y servicios, ocupan una amplia variedad de sectores económicos, por lo que: *“Las empresas se pueden clasificar de muy diversas formas, a saber; por su forma jurídica, por el sector económico, por el grado de participación del Estado, por su tamaño y por el ámbito estatal.” (Gestiopolis.com, 2005)*

Las sociedades se dividen en privadas y públicas, y éstas a su vez se dividen en:

a. Privadas

Son personas jurídicas de derecho privado. A continuación se detallan las principales:

- Aquellas que se encuentran bajo el control de la Intendencia de Compañías como por ejemplo las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, de Economía Mixta, Administradoras de Fondos y Fideicomisos, entre otras.

- Aquellas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos como por ejemplo los Bancos Privados Nacionales, Bancos Extranjeros, Bancos del Estado, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas, entre otras.
- Otras sociedades con fines de lucro o Patrimonios independientes, como por ejemplo las Sociedades de Hecho, Contratos de Cuentas de Participación, entre otras.
- Sociedades y Organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, como por ejemplo las dedicadas a la educación, entidades deportivas, entidades de culto religioso, entidades culturales, organizaciones de beneficencia, entre otras.
- Misiones y Organismos Internacionales, como embajadas, representaciones de organismos internacionales, agencias gubernamentales de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales internacionales y oficinas consulares.

b. Públicas

Son personas jurídicas de derecho público. A continuación se detallan las principales:

- Del Gobierno Nacional, es decir las funciones: Ejecutiva, Legislativa y Judicial.
- Organismos Electorales.
- Organismos de Control y Regulación

- Organismos de Régimen Seccional Autónomo, es decir Consejos Provinciales y Municipalidades.
- Organismos y Entidades creados por la Constitución o Ley Personas Jurídicas creadas por el Acto Legislativo Seccional (Ordenanzas) para la Prestación de Servicios Públicos. (<http://www.sri.gob.ec/web/guest/definicion-y-clasificacion-de-sociedades>, 2012)

2.5 EMPRESA DE RASTRO, CAMAL O MATADERO

El diseño de la Empresa Municipal de Rastro se efectuarán de tal forma que permitan el desarrollo y buen funcionamiento del mismo respetando las normas ambientales vigentes para este tipo de proyectos, tomando en cuenta la participación directa de la comunidad

2.5.1 DEFINICIÓN

Todas las empresas tienen sus especificaciones y particularidades, entonces es necesario que se defina, la entidad para partir un parámetro preestablecido, entonces se dice que; *“Camal. Rastro, Matadero, Frigorífico, Mataderos: lugar donde se realizan las operaciones de sacrificio y faenado del ganado que se destina para el abasto público”*. (Falla Humberto 200. Manuel Básico de Tecnologías de Carnes”. *El matadero es el establecimiento o conjunto de instalaciones donde se sacrifican los animales y se obtiene sus carnes y despojos comestibles, así como los despojos industriales y subproductos. (Moreno García, 2006, pág. 130).*

2.5.2 TIPOS DE EMPRESAS DE RASTRO

Se pueden clasificar en:

- *De la administración pública*
- *Cooperativas de productores*
- *Empresa comercial privada. (Veall, 2003, pág. 2)*

2.5.2.1 Finalidad

La finalidad de una empresa de rastro es producir carne preparada de manera higiénica mediante la manipulación humana de los animales en lo que respecta al empleo de técnicas higiénicas para el sacrificio de los animales y la preparación de canales mediante una división estricta de operaciones limpias y sucias, y al mismo tiempo facilitar la inspección adecuada de la carne y el manejo apropiado de los desechos resultantes.

2.5.2.2 Áreas básicas para su operación

Las áreas necesarias para el funcionamiento del camal son:

- Unidad de producción
- Áreas complementarias internas
- Áreas complementarias
- Incinerador de carnes
- Depósito de esquilmos
- Tanque elevado para el abastecimiento de agua
- Frigoríficos

2.5.2.3 Principales equipos y herramientas

Los camales, para garantizar el manejo sanitario, y evitar la contaminación, deben contar con los siguientes equipos y herramientas:

- ✓ Báscula para pesar ganado en pie y producto.
- ✓ Pistola de aturdimiento o sensibilizadores.
- ✓ Grúa para izaje de reses.
- ✓ Polipasto para izar cerdos.
- ✓ Polipastos auxiliares.
- ✓ Gancho separador de patas.
- ✓ Gancho múltiple.
- ✓ Despernancadores
- ✓ Depiladores de cerdos.
- ✓ Vaciadero para panza.
- ✓ Ganchos sencillos y dobles.
- ✓ Grilletes de sangría.
- ✓ Caldero.
- ✓ Hachas, cuchillos, machetes, palas y mangueras.
- ✓ Útiles varias de limpieza como escobas bandejas, entre otros.
- ✓ Carretillas tinas plásticas.
- ✓ Percheros para colgar viseras, mondongos.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3. PRESENTACIÓN

Para conceptualizar el criterio de estudio de mercado es necesario establecer la premisa de que en un mercado existen necesidades permanentes, ocasionales y de temporada que deben ser cubiertas y/o satisfechas, sin tomar en cuenta aspectos que impidan el fácil acceso a una población, que pueden ser de índole económico, político, de infraestructura entre otros. Al hacer esta relación se identifica una relación fundamental entre las personas con sus insuficiencias y el mercado como un lugar determinado (físico o virtual) donde acuden los compradores con la intención de adquirir algún tipo de bien o servicio. Entonces la investigación de mercados es un instrumento que permite reconocer y conocer un público objetivo, que se desenvuelve en cierta región, y que requiere productos y servicios específicos.

El motivo del presente análisis se lo realizó en el Cantón San Pedro de Huaca de la Provincia del Carchi, con la intención de identificar el hábito y la frecuencia del consumo por parte de los pobladores de productos cárnicos, sean éstos de origen bovino, porcino u ovino, en primer término, y en segunda instancia, los proveedores de estos productos, con la interrelación medular que es el manejo, manipulación y conservación de las carnes del productor hasta el consumidor, que es el objeto de la investigación y tema de estudio.

3.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Básicamente, cuando se incluye en la dieta alimenticia la carne es imperioso acotar que tras de este producto de consumo masivo y de vital

importancia para la supervivencia por su aporte nutricional, existe todo un proceso, que involucra a una cantidad razonable de recursos.

Por lo que se estructuran la correlación entre los productores de ganado para la venta, los comerciantes y los consumidores, de cárnicos. Esto se puede evidenciar a continuación.

Gráfico N° 43 Comercialización de Carne Cantón Huaca



Elaboración: La Autora

De esta dinámica se obtiene como resultado que existe una oferta permanente de productos cárnicos en el Cantón, contrastada con la demanda de consumo de los pobladores del lugar, en donde también se evidencia la continua necesidad de que este tipo de productos deben ser tratados bajos estrictas normas técnicas y con la aprobación sanitaria de los animales en pie.

3.1.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Este estudio de factibilidad pone a consideración de la Comunidad del Cantón Huaca el servicio faenamiento de animales, bovinos, porcinos y ovinos, entendiéndose como el proceso ordenado sanitariamente para el sacrificio de un animal, con el objeto de obtener su carne en condiciones óptimas para el consumo humano. El proceso por el cual el animal vivo se transforma en productos de consumo se denomina “carnización”, e incluye diferentes fases;

3.1.1.1 Ante mortem (antes de morir)

- Reposo de los animales previo al sacrificio (24-72 horas) muy importante para la calidad posterior de la carne, los cuales se deben manipular con suavidad y en locales higiénicos y silenciosos.
- Inspección veterinaria ante mortem.
- Conducción de los animales hasta el punto de sacrificio.

3.1.1.2 In limine mortis (al comienzo de la muerte)

- Insensibilización de los animales para evitar el sufrimiento de los mismos, que puede ser con pistola de bala cautiva y percusión en el frontal, con atmósfera de CO₂, o aturdimiento eléctrico.
- Colgado y sangrado mediante sección de yugular-carótida.

3.1.1.3 Post mortem (después de la muerte)

- Desollado
- Eviscerado
- Acabado de la canal, separación de cabeza y patas
- Dividir la canal en medias canales
- Pesar las medias canales (canal caliente)
- Refrigeración de la canal (enfriado en el túnel de refrigeración y posterior conservación a menos de 4°C)
- División de las medias canales en cuartos para la salida al mercado (por diferentes espacios intercostales).

3.2 DEMANDA

En este factor se incluyen todos los datos referentes al consumo de carne en el Cantón San Pedro de Huaca.

3.2.1 ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO

Para poder determinar el comportamiento de la demanda se realizó el respectivo análisis de las variables que intervienen en el proceso de colocación y posicionamiento del producto en el mercado.

En este caso la carne que procede de animales al ser un producto de consumo masivo y de primera necesidad, integra en su ciclo el manejo y la manipulación de este bien, para que llegue en condiciones aceptables al consumidor.

La Empresa de Rastro Municipal, es un ente de control obligatorio que brinda el servicio de certificación de la salud de los animales en pie, y el buen estado la carne proveniente de estos, además de despiezar técnica e higiénicamente cada una de las unidades sean bovinos, porcinos u ovinos, que desean ingresar al mercado para la venta.

3.2.2 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.2.2.1 Cantidad de carne consumida

De las opciones o clases de carne se estimó el promedio diario de consumo de acuerdo a las especificaciones de la pregunta cuatro del cuadro N° 48 de la encuesta realizada a las familias del Cantón, categorizando rangos idénticos para los tres tipos de carne, por lo que queda;

04.- ¿Qué cantidad de carne consume a diario?

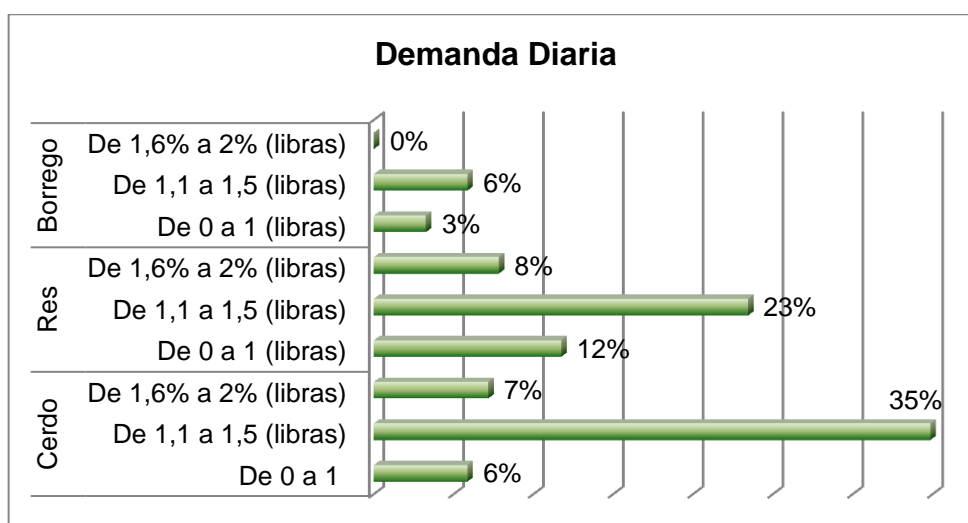
Tabla N. 41 Demanda Diaria de Carnes

Categoría	Diario (libras)	Frecuencia	Porcentaje
Cerdo	De 0 a 1	20	6%
	De 1,1 a 1,5	116	35%
	De 1,6 a 2	23	7%
Res	De 0 a 1	40	12%
	De 1,1 a 1,5	76	23%
	De 1,6 a 2	26	8%
Borrego	De 0 a 1	10	3%
	De 1,1 a 1,5	20	6%
	De 1,6 a 2	0	0%
TOTAL		330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 44



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Con la intención de evidenciar la demanda existente se procedió primero a cuantificar el consumo de carne en el sector. Se considera por separado cada una de las clases de animales que proporcionan carne que normalmente se consumen en la localidad y tenemos:

Tabla N. 42 Cantidad Promedio de consumo diario por tipo de carne

Categoría	Diario (libras)	Rangos	
		Máximo	Mínimo
Res, Cerdo, Borrego	De 0,5 a 1	0,5	1
	De 1,1 a 1,5	1,1	1,5
	De 1,6 a 2	1,6	2
Total		3,2	4,5
Promedio parcial		1,06	1,5
PROMEDIO TOTAL		1,28 libras	

Fuente: Datos Encuesta

Elaboración: La Autora

3.2.2.2 Promedio de carne consumible por animal faenado

Otro aspecto que interviene en la determinación de la demanda existente es que de la totalidad de los animales que se faenan, solo cierta cantidad de libras son aprovechables. Por lo que se determina;

Tabla N. 43 Libras consumibles por animal faenado

Tipo de Animal	PESOS EN LIBRAS	
	Animales faenados	Promedio Consumible
Bovino	200 - 120	160
Porcino	100 - 90	95
Ovino	80 - 60	70

Fuente de los pesos animales faenados: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

3.2.2.3 Demanda de familias por preferencia del tipo de carne

Se toma en cuenta que para calcular la demanda de unidades por familias es necesario utilizar el porcentaje de preferencia del consumo por tipo de carne, entonces se reduce la cantidad de demanda, y queda;

02.- ¿Qué tipo de carne prefiere consumir?

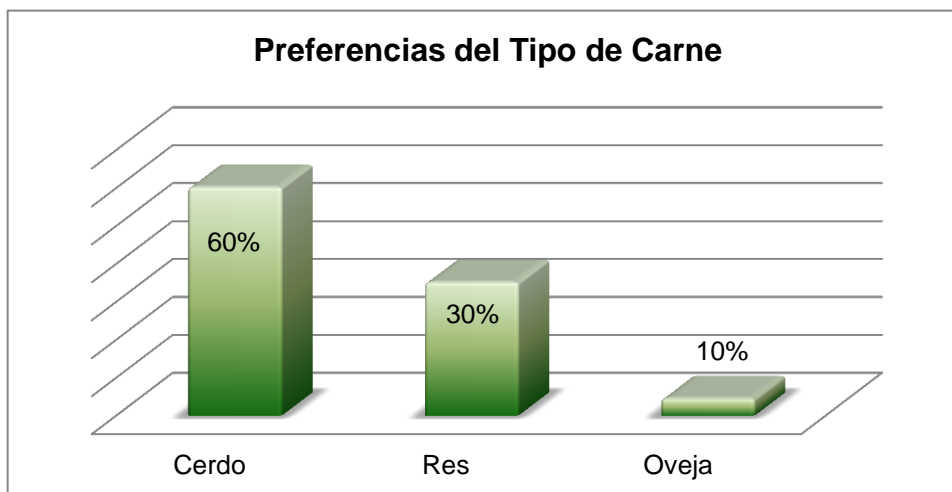
Tabla N. 44 Preferencias del Tipo de carne

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cerdo	198	60%
Res	116	30%
Oveja	16	10%
TOTAL	330	100%

Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 45



Fuente: Encuesta Elevada a las Familias

Elaboración: La Autora

Luego de consultar al mercado de consumo de los productos cárnicos se determinó que tiene necesidad de adquisición de los tres tipos de carne,

pero con una mayor demanda de carne de cerdo, por lo que de acuerdo al número de familias existentes y la preferencia se puede establecer el siguiente cuadro, por clase de animal y el consumo en libras.

Tabla N. 45 Demanda por libras y tipo de carne 2013

Tipo de Animal	Familias del Cantón	Preferencia del tipo de carne	Demanda por tipo de carne	Rango de Consumo diario	Demanda por tipo de carne
				Libras	
Porcino	1790	60%	1074	1,28	1.375
Bovino	1790	30%	537	1,28	687
Ovino	1790	10%	179	1,28	229

Fuente: Datos Encuesta

Elaboración: La Autora

En los países en vías desarrollo o sub desarrollados el incremento en el consumo será del 2,8% anual, según la FAO.

3.2.2.4 Demanda familias en unidades por tipo de animal

Luego de determinar varios aspectos inherentes al consumo de productos cárnicos en el Cantón San Pedro de Huaca, se puede calcular el número de unidades de animales que requieren ser atendidos en la Empresa Municipal de Rastro, por lo que;

Tabla N. 46 Determinación Actual de la Demanda por Familia

Tipo de Animal	Libras requeridas	Promedio Consumible	Unidades diarias
Porcino	1.375	95	14
Bovino	687	160	4
Ovino	229	70	3
TOTAL			21

Elaboración: La Autora

Se tomó en cuenta los datos referentes a la encuesta aplicadas a familias por ser los consumidores directos de estos productos, mismos que derivan de un servicio, que debe ser aplicado por la Municipio de la Localidad ya que es un asunto de salud pública, y es el único organismo que tiene a su cargo el patrocinio y la creación de esta clase de empresas. Además se incluye el consumo de cárnicos tanto comerciantes y propietarios de restaurantes, porque estos colocan el producto dentro de la localidad.

3.2.2.5 Demanda restaurantes en libras y unidades por tipo de animal

Con la finalidad de conocer, la demanda existente de carne en la localidad, se estimó un promedio de los rangos de libras de carne por cada tipo o clase, que los propietarios de los negocios de venta comidas y bebidas adquieren a diario para el expendio.

03.- ¿Señale la cantidad de carne que requiere a diario, para el expendio?

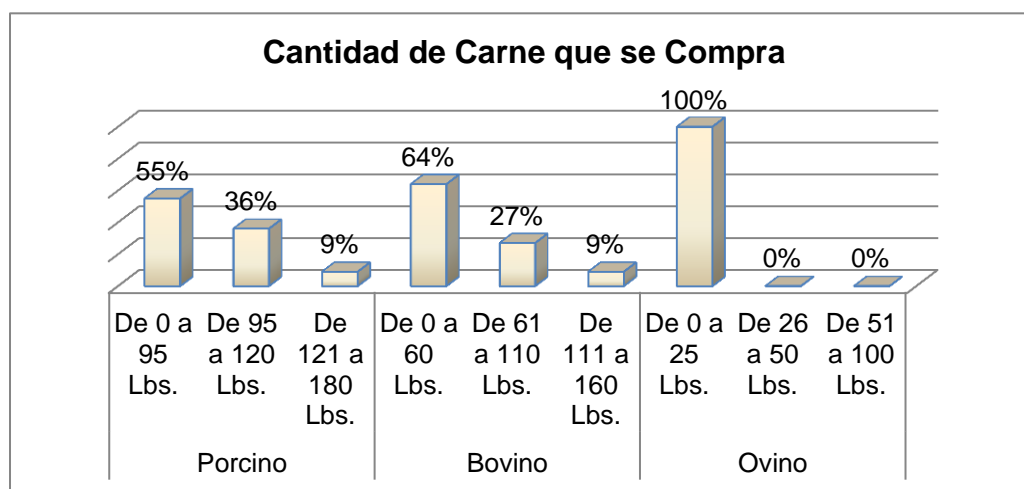
Tabla N. 47 Consumo de Carne Diario de Restaurantes

Tipo de Animal	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Porcino	De 0 a 95 Lbs.	6	55%
	De 95 a 120 Lbs.	4	36%
	De 121 a 180 Lbs.	1	9%
Bovino	De 0 a 60 Lbs.	7	64%
	De 61 a 110 Lbs.	3	27%
	De 111 a 160 Lbs.	1	9%
Ovino	De 0 a 25 Lbs.	11	100%
	De 26 a 50 Lbs.	0	0%
	De 51 a 100 Lbs.	0	0%

Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 46



Fuente: Encuesta Elevada a los Restaurantes

Elaboración: La Autora

En base a los resultados obtenidos, se puede establecer acerca de las preferencias de consumo, los niveles promedios que a diario se necesitan para cubrir la demanda de los restaurantes del lugar por estos productos. Por lo que se a continuación se establece el siguiente cuadro.

Tabla N. 48 Demanda Restaurantes Diaria de Carne en Libras y Unidades

Tipo de Animal	Rangos	Promedio	Frecuencia	Libras requeridas	Promedio Consumible	Unidades diarias
Porcino	De 0 a 95 Lbs.	48	6	288	95	9
	De 95 a 120 Lbs.	108	4	432		
	De 121 a 180 Lbs.	151	1	151		
Bovino	De 0 a 60Lbs.	30	7	210	160	4
	De 61 a 110 Lbs.	86	3	258		
	De 111 a 160 Lbs.	136	1	136		
Ovino	De 0 a 25 Lbs.	13	11	143	70	2
	De 26 a 50 Lbs.	38	0	0		
	De 51 a 100 Lbs.	76	0	0		

Elaboración: La Autora

3.2.2.6 Demanda diaria total familias y restaurantes

Para el cálculo de la demanda total se toma en cuenta, a la demanda de carne en unidades tanto de las familias del Cantón, como de los restaurantes presentes en la localidad.

Tabla N. 49 Demanda Diaria Total

TIPO DE ANIMAL	FAMILIAS	RESTAURANTES	UNIDADES REQUERIDAS	LIBRAS REQUERIDAS
Porcino	14	9	23	2185
Bovino	4	4	8	1280
Ovino	3	2	5	350
TOTAL			36	3815

Elaboración: La Autora

Tabla N. 50 Demanda Mensual y Anual en Unidades por Tipo de Animal

TIPO DE ANIMAL	DIARIO	MENSUAL	ANUAL
Porcino	23	690	8280
Bovino	8	240	2880
Ovino	5	150	1800

Elaboración: La Autora

Tabla N. 51 Demanda Mensual y Anual en Libras por Tipo de Animal

TIPO DE ANIMAL	MENSUAL	ANUAL
Porcino	65550	786600
Bovino	38400	460800
Ovino	10500	126000

Elaboración: La Autora

3.2.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El dimensionamiento a futuro de la demanda del servicio se la estima para cinco años con la finalidad de tener una perspectiva de la necesidad de la empresa de las instalaciones y los recursos con los que debe funcionar.

Para calcular la cantidad de demanda del servicio futura, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional para los próximos años, entonces; en este caso se adoptó un modelo matemático estadístico de crecimiento geométrico, por la incidencia de la población en el comportamiento en la demanda del producto derivado del servicio. Método en el cual se utiliza una tasa de crecimiento que fue calculada a partir del número de familias existentes en el 2001 y 2010 del Cantón San Pedro de Huaca, datos proporcionados por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos). Se utilizó la siguiente fórmula de proyección, para calcular la proyección del promedio de personas por hogar en el Cantón.

$$P_f = P_o \times (1 + t_c)^n$$

En dónde:

P_o = Población base

P_f = Población futura

t_c = Tasa de crecimiento

n = periodo

- Población Familias al 2001= 1.371

Con promedio de personas por hogar del 4,2.

- Población Familias al 2010= 1.733

Con promedio de personas por hogar del 4,4

- Población Proyectada al 2013 = 1.790

Con promedio de personas por hogar del 4,40968

3.2.3.1 Demanda proyectada por familias

Se actualiza la población de familias del Cantón al 2013, luego se proyecta el crecimiento.

Tabla N. 52 Proyección Diaria Familias por Libras y en Unidades

AÑOS	FAMILIAS	TIPO DE CARNE	PORCENTAJE DE PREFERENCIA	VOLUMEN DE PREFERENCIA	RANGO DE CONSUMO DIARIO	LIBRAS REQUERIDAS	PROMEDIO CONSUMIBLE	UNIDADES REQUERIDAS
2014	1797	Porcino	60%	1078	1,32	1423	95	14,98≈ 15
		Bovino	30%	539	1,32	711	160	4,44≈ 4
		Ovino	10%	180	1,32	238	70	3,40≈ 3
2015	1803	Porcino	60%	1082	1,35	1461	95	15,38≈ 15
		Bovino	30%	541	1,35	730	160	4,56≈ 5
		Ovino	10%	180	1,35	243	70	3,47≈ 3
2016	1810	Porcino	60%	1086	1,39	1510	95	15,89≈ 16
		Bovino	30%	543	1,39	755	160	4,72≈ 5
		Ovino	10%	181	1,39	252	70	3,60≈ 4
2017	1817	Porcino	60%	1090	1,43	1559	95	16,41≈16
		Bovino	30%	545	1,43	779	160	4,87≈ 5
		Ovino	10%	182	1,43	260	70	3,71≈ 4
2018	1823	Porcino	60%	1094	1,47	1608	95	16,93 ≈17
		Bovino	30%	547	1,47	804	160	5,03≈ 5
		Ovino	10%	182	1,47	268	70	3,83≈ 4

Elaboración: La Autora

El rango de consumo diario es afectado en un 2,8% anual, por período del proyecto, pues según las investigaciones realizadas por la FAO, en su publicación Ganadería en América Latina, escenario 2008-2009 y tendencias del sector, se provee esta tasa calculada desde el 1993 al 2020 con un incremento en el consumo de carne.

Tabla N. 53 Proyección por Unidades (Familias)

AÑOS	FAMILIAS	TIPO DE CARNE	UNIDADES REQUERIDAS		
			DIARIO	MENSUAL	ANUAL
2014	1797	Porcino	15	450	5400
		Bovino	4	120	1440
		Ovino	3	90	1080
2015	1803	Porcino	15	450	5400
		Bovino	5	150	1800
		Ovino	3	90	1080
2016	1810	Porcino	16	480	5760
		Bovino	5	150	1800
		Ovino	4	120	1440
2017	1817	Porcino	16	480	5760
		Bovino	5	150	1800
		Ovino	4	120	1440
2018	1823	Porcino	17	510	6120
		Bovino	5	150	1800
		Ovino	4	120	1440

Elaboración: La Autora

Tabla N. 54 Proyección Libras Requeridas (Familias)

AÑOS	FAMILIAS	TIPO DE CARNE	LIBRAS REQUERIDAS		
			DIARIO	MENSUAL	ANUAL
2014	1797	Porcino	1425	42750	513000
		Bovino	640	19200	230400
		Ovino	210	6300	75600
2015	1803	Porcino	1425	42750	513000
		Bovino	800	24000	288000
		Ovino	210	6300	75600
2016	1810	Porcino	1520	45600	547200
		Bovino	800	24000	288000
		Ovino	280	8400	100800
2017	1817	Porcino	1520	45600	547200
		Bovino	800	24000	288000
		Ovino	280	8400	100800
2018	1823	Porcino	1615	48450	581400
		Bovino	800	24000	288000
		Ovino	280	8400	100800

Elaboración: La Autora

3.2.3.2 Demanda proyectada por restaurantes

Los posibles negocios de comidas y bebidas o restaurantes que a futuro van a entrar en funcionamiento en el Cantón, de acuerdo a la tendencia existente, en base a datos históricos son:

Tabla N. 55 Datos Históricos de Restaurantes

Años (X)	Numero de Restaurantes (Y)
2009	9
2010	10
2011	10
2012	11
2013	11

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 47



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Fórmula de proyección;

$$Y = a + bX$$

Y queda:

$$Y = 0,5X - 995,3$$

En donde:

X = valores de la variable independiente (años o período)

Y = valores de la variable dependiente (total de empresas por año)

a = intersección en Y

b = pendiente para la estimación de la ecuación

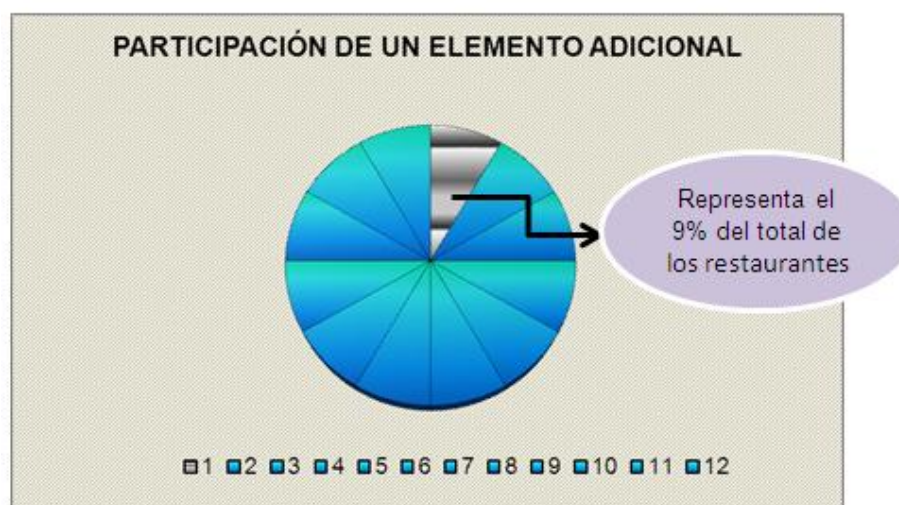
Tabla N. 56 Proyección Futura Restaurantes

Periodos	Años(X)	Numero de Restaurantes(Y)
1	2014	12
2	2015	12
3	2016	13
4	2017	13
5	2018	14

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 48



Elaboración: La Autora

Tabla N. 57 Proyección de la Demanda Diaria Restaurantes por Años

DEMANDA DIARIA 2014 - 2015							
Tipo de Animal	Libras requeridas	Incremento un restaurante	Porción adicionada	Promedio Consumible	Unidades 2013	Unidades Adicionales	Total
Porcino	288	9%	78	95	9	0,82≈1	10
	432						
	151						
Bovino	210		54	160	4	0,32≈0	4
	258						
	136						
Ovino	143		13	70	2	0,19≈0	2
	0						
	0						
DEMANDA DIARIA 2016 - 2017							
Tipo de Animal	Libras requeridas	Incremento dos restaurantes	Porción adicionada	Promedio Consumible	Unidades 2014-2015	Unidades Adicionales	Total
Porcino	288	18%	157	95	10	1,65≈2	12
	432						
	151						
Bovino	210		109	160	4	0,68≈1	5
	258						
	136						
Ovino	143		26	70	2	0,37≈0	2
	0						
	0						
DEMANDA DIARIA 2018							
Tipo de Animal	Promedio	Incremento tres restaurantes	Porción adicionada	Promedio Consumible	Unidades 2016-2017	Promedio Consumible	Total
Porcino	288	27%	236	95	12	2,47≈2	14
	432						
	151						
Bovino	210		163	160	5	1,02≈1	6
	258						
	136						
Ovino	143		39	70	2	0,56≈1	3
	0						
	0						

Elaboración: La Autora

**Tabla N. 58 Proyección de la Demanda en Unidades Mensual y Anual
de Restaurantes por Años**

AÑOS	CANTIDAD DE RESTAURANTES	TIPO DE CARNE	UNIDADES REQUERIDAS		
			DIARIO	MENSUAL	ANUAL
2014	12	Porcino	10	300	3600
		Bovino	4	120	1440
		Ovino	2	60	720
2015	12	Porcino	10	300	3600
		Bovino	4	120	1440
		Ovino	2	60	720
2016	13	Porcino	12	360	4320
		Bovino	5	150	1800
		Ovino	2	60	720
2017	13	Porcino	12	360	4320
		Bovino	5	150	1800
		Ovino	2	60	720
2018	14	Porcino	14	420	5040
		Bovino	6	180	2160
		Ovino	3	90	1080

Elaboración: La Autora

Tabla N. 59 Proyección de la Demanda en Libras de Carne Mensual y Anual de Restaurantes por Años

AÑOS	CANTIDAD DE RESTAURANTES	TIPO DE CARNE	LIBRAS REQUERIDAS		
			DIARIO	MENSUAL	ANUAL
2014	12	Porcino	950	28500	342000
		Bovino	640	19200	230400
		Ovino	140	4200	50400
2015	12	Porcino	950	28500	342000
		Bovino	640	19200	230400
		Ovino	140	4200	50400
2016	13	Porcino	1140	34200	410400
		Bovino	800	24000	288000
		Ovino	140	4200	50400
2017	13	Porcino	1140	34200	410400
		Bovino	800	24000	288000
		Ovino	140	4200	50400
2018	14	Porcino	1330	39900	478800
		Bovino	960	28800	345600
		Ovino	210	6300	75600

Elaboración: La Autora

Luego de haber realizado los respectivos cálculos de la demanda existente en el Cantón, de la población en general agrupada en familias y la necesidad de consumo en los restaurantes, se totaliza adicionando los resultados parciales

3.2.4 DEMANDA TOTAL PROYECTADA

La demanda futura del Cantón San Pedro de Huaca, se resume en el cuadro inscrito a continuación.

Tabla N. 60 Demanda Diaria Total Proyectada

AÑOS	CANTIDAD		TIPO DE CARNE	DEMANDA		TOTAL
	FAMILIAS	RESTAURANTES		Familias	Restaurantes	
2014	1797	12	Porcino	10	15	25
			Bovino	4	4	8
			Ovino	2	3	5
2015	1803	12	Porcino	10	15	25
			Bovino	4	5	9
			Ovino	2	3	5
2016	1810	13	Porcino	12	16	28
			Bovino	5	5	10
			Ovino	2	4	6
2017	1817	13	Porcino	12	16	28
			Bovino	5	5	10
			Ovino	2	4	6

2018	1823	14	Porcino	14	17	31
			Bovino	6	5	11
			Ovino	3	4	7

Elaboración: La Autora

Tabla N. 61 Demanda Anual Total Proyectada

AÑOS	TIPO DE ANIMAL	FAMILIAS		RESTAURANTES		TOTAL	
		Unidades	Libras	Unidades	Libras	Unidades	Libras
2014	Porcinos	5400	513000	3600	342000	9000	855000
	Bovinos	1440	230400	1440	230400	2880	460800
	Ovinos	1080	75600	720	50400	1800	126000
2015	Porcinos	5400	513000	3600	342000	9000	855000
	Bovinos	1800	288000	1440	230400	2880	460800
	Ovinos	1080	75600	720	50400	1800	126000
2016	Porcinos	5760	547200	4320	410400	10080	975600
	Bovinos	1800	288000	1800	288000	3600	576000
	Ovinos	1440	100800	720	50400	2160	151200
2017	Porcinos	5760	547200	4320	410400	10080	975600
	Bovinos	1800	288000	1800	288000	3600	576000
	Ovinos	1440	100800	720	50400	2160	151200
2018	Porcinos	6120	581400	5040	478800	11160	1060200
	Bovinos	1800	288000	2160	345600	3960	633600
	Ovinos	1440	100800	1080	75600	2520	176400

Elaboración: La Autora

3.3 OFERTA

3.3.1 ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO

Para el caso de la Empresa de Rastro Municipal del Cantón San Pedro de Huaca, el servicio de faenamiento y el otorgamiento de los permisos para el manejo de los productos cárnicos, son atribuciones exclusivas del Municipio, pues es un servicio eminentemente público.

3.3.2 CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Como se comentó anteriormente el proyecto de la creación de la Empresa Municipal de Rastro en el Cantón San Pedro de Huaca-Provincia del Carchi, no debe competir en el mercado para ofertar el servicio, por lo que se basa en un enfoque que esté en capacidad de cumplir con los requerimientos del servicios de faenamiento y conexos para la demanda actual y futura, siempre observando los lineamientos técnicos de la organización empresarial, así como también las normas del manejo y manipulación de los productos cárnicos, a más de proporcionar una muerte digna a los animales y respetar las condiciones medioambientales.

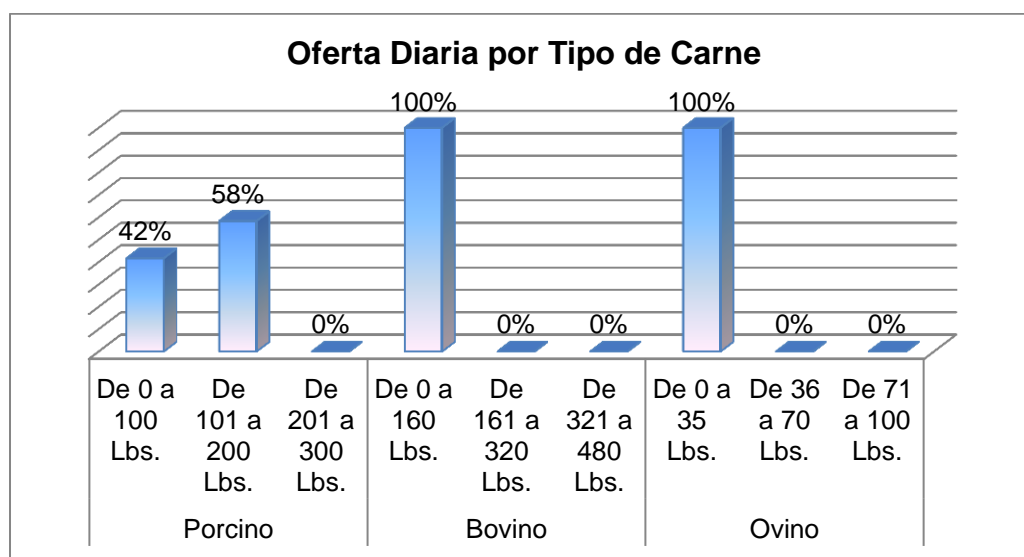
Tabla N. 62 Libras de Carne Ofertadas a Diario de los Tres Tipos de Animales

Tipo de Animal	Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Porcino	De 0 a 100 Lbs.	5	42%
	De 101 a 200 Lbs.	7	58%
	De 201 a 300 Lbs.	0	0%
Bovino	De 0 a 160 Lbs.	12	100%
	De 161 a 320 Lbs.	0	0%
	De 321 a 480 Lbs.	0	0%
Ovino	De 0 a 35 Lbs.	12	100%
	De 36 a 70 Lbs.	0	0%
	De 71 a 100 Lbs.	0	0%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 49



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

De los resultados obtenidos se desprende la cantidad que los comerciantes de carne ofertan a diario en la Ciudad.

Tabla N. 63 Oferta Comerciantes Diaria de Carne en Libras y Unidades

Tipo de Animal	Rangos	Promedio	Frecuencia	Libras requeridas	Promedio Consumible	Unidades diarias
Porcino	De 0 a 100Lbs.	50	5	250	95	14
	De 101 a 200Lbs.	151	7	1057		
	De 201 a 300Lbs.	251	0	0		
Bovino	De 0 a 160Lbs.	80	12	960	160	6
	De 161 a 320Lbs.	241	0	0		
	De 321 a 480Lbs.	401	0	0		
Ovino	De 0 a 35 Lbs.	18	12	216	70	3
	De 36 a 70Lbs.	53	0	0		
	De 71 a 100 Lbs.	86	0	0		

Elaboración: La Autora

3.3.2.1 Oferta proyectada comerciantes

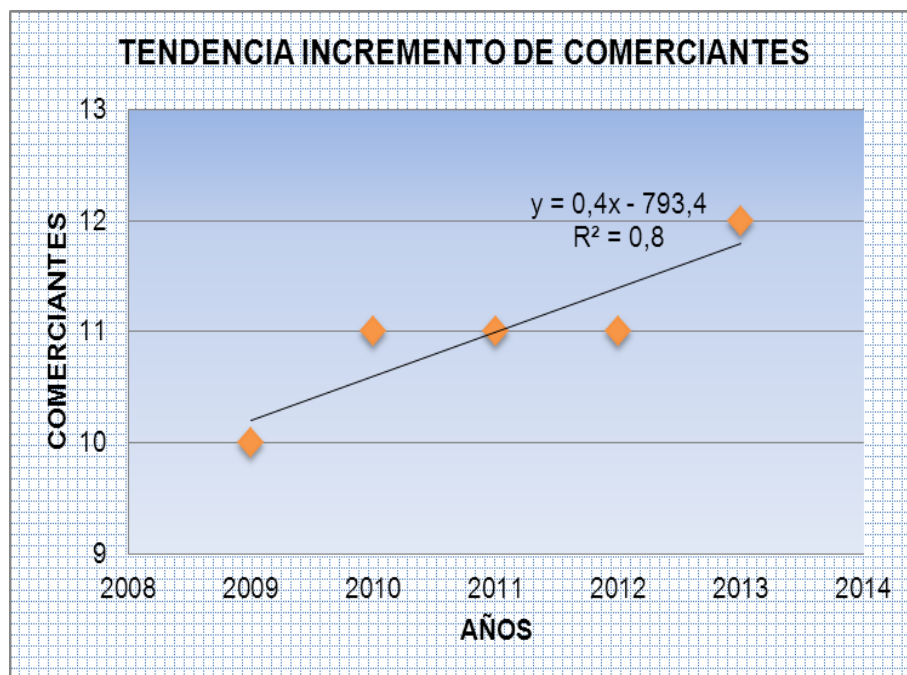
Para cuantificar la oferta existente, primeramente es conveniente evidenciar el número de comerciantes de productos cárnicos del lugar, y se tiene;

Tabla N. 64 Datos Históricos de Restaurantes

Años X	Numero de Comerciantes Y
2009	10
2010	11
2011	11
2012	11
2013	12

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 50



Elaboración: La Autora

Para poder determinar los posibles negocios que se dediquen a la comercialización de carnes y que a futuro van a entrar en funcionamiento en el Cantón, de acuerdo a la tendencia existente, se desarrolla la estimación, con una fórmula matemática que relaciona las variables conocidas con la variable desconocida.

En donde

$$Y = a + bX$$

Y queda:

$$Y = 0,4X - 793,4$$

En donde:

X = valores de la variable independiente (años o período)

Y = valores de la variable dependiente (total de comerciantes por año)

a = intersección en Y

b = pendiente para la estimación de la ecuación

Tabla N. 65 Proyección Futura Comerciantes

PERIODOS	AÑOS (X)	PROYECCIÓN COMERCIANTES (Y)
1	2014	12
2	2015	13
3	2016	13
4	2017	13
5	2018	14

Elaboración: La Autora

Tabla N. 66 Proyección de la Oferta Diaria Comerciantes por Años

Oferta Diaria 2014						
Tipo de Animal	Promedio	Incremento de un restaurante	Libras requeridas	Porción adicionada por unidad	Promedio Consumible	Unidades diarias
Porcino	50	0%	250	0	95	14
	151	0%	1054	0		
	251	0%	0	0		
Bovino	80	0%	960	0	160	6
	241	0%	0	0		
	401	0%	0	0		
Ovino	18	0%	210	0	70	3
	53	0%	0	0		
	86	0%	0	0		
Oferta Diaria 2015 – 2016 – 2017						
Tipo de Animal	Promedio	Incremento de un comerciante	Libras requeridas	Porción adicionada por unidad	Promedio Consumible	Unidades diarias
Porcino	50	9%	250	23	95	15
	151	9%	1054	95		
	251	9%	0	0		
Bovino	80	9%	960	86	160	7
	241	9%	0	0		
	401	9%	0	0		
Ovino	18	9%	210	19	70	3
	53	9%	0	0		
	86	9%	0	0		
Oferta Diaria 2018						
Tipo de Animal	Promedio	Incremento de dos comerciantes	Libras requeridas	Porción adicionada por unidad	Promedio Consumible	Unidades diarias
Porcino	50	18%	250	45	95	16
	151	18%	1054	190		
	251	18%	0	0		
Bovino	80	18%	960	173	160	7
	241	18%	0	0		
	401	18%	0	0		
Ovino	18	18%	210	38	70	4
	53	18%	0	0		
	86	18%	0	0		

Elaboración: La Autora

Tabla N. 67 Proyección de la Oferta en Unidades Mensual y Anual de Comerciantes por Años

AÑOS	CANTIDAD DE COMERCIANTES	TIPO DE CARNE	UNIDADES REQUERIDAS		
			DIARIO	MENSUAL	ANUAL
2014	12	Porcino	14	420	5040
		Bovino	6	180	2160
		Ovino	3	90	1080
2015	12	Porcino	15	450	5400
		Bovino	7	210	2520
		Ovino	3	90	1080
2016	13	Porcino	15	450	5400
		Bovino	7	210	2520
		Ovino	3	90	1080
2017	13	Porcino	15	450	5400
		Bovino	7	210	2520
		Ovino	3	90	1080
2018	14	Porcino	16	480	5760
		Bovino	7	210	2520
		Ovino	4	120	1440

Elaboración: La Autora

Tabla N. 68 Proyección de la Oferta en Libras de Carne Mensual y Anual de Comerciantes por Años

AÑOS	CANTIDAD DE COMERCIANTES	TIPO DE CARNE	LIBRAS REQUERIDAS		
			DIARIO	MENSUAL	ANUAL
2014	12	Porcino	1330	39900	478800
		Bovino	960	28800	345600
		Ovino	210	6300	75600
2015	12	Porcino	1425	42750	513000
		Bovino	1120	33600	403200
		Ovino	210	6300	75600
2016	13	Porcino	1425	42750	513000
		Bovino	1120	33600	403200
		Ovino	210	6300	75600
2017	13	Porcino	1425	42750	513000
		Bovino	1120	33600	403200
		Ovino	210	6300	75600
2018	14	Porcino	1520	45600	547200
		Bovino	1120	33600	403200
		Ovino	280	8400	100800

Elaboración: La Autora

3.4 BALANCE DEMANDA OFERTA

Para el balance se contrasta tanto la oferta como la demanda, con la intención de determinar si existe la oportunidad en el mercado de introducir el servicio y/o producto.

Tabla N. 69 Balance Diario Actual

AÑOS	TIPO DE ANIMAL	DEMANDA	OFERTA	PROMEDIO CONSUMIBLE	DEMANDA SIN CUBRIR	
		Diaria (Unidades)			Unidades	Libras
2013	Porcinos	23	14	95	9	855
	Bovinos	8	6	160	2	320
	Ovinos	5	3	70	2	140

Elaboración: La Autora

Tabla N. 70 Balance Actual Mensual

AÑOS	TIPO DE ANIMAL	DEMANDA	OFERTA	PROMEDIO CONSUMIBLE	DEMANDA SIN CUBRIR	
		Mensual (Unidades)			Unidades	Libras
2013	Porcinos	690	420	95	270	25650
	Bovinos	240	180	160	60	9600
	Ovinos	150	90	70	60	4200

Elaboración: La Autora

Tabla N. 71 Balance Anual al 2013

AÑOS	TIPO DE ANIMAL	DEMANDA	OFERTA	PROMEDIO CONSUMIBLE	DEMANDA SIN CUBRIR	
		Anual (Unidades)			Unidades	Libras
2013	Porcinos	8280	5040	95	3240	307800
	Bovinos	2880	2160	160	720	115200
	Ovinos	1800	1080	70	720	50400

Elaboración: La Autora

Tabla N. 72 Balance Proyectado Oferta Demanda

AÑOS	TIPO DE ANIMAL	DEMANDA	OFERTA	PROMEDIO CONSUMIBLE	DEMANDA SIN CUBRIR	
		Anual			Unidades	Libras
2014	Porcinos	9000	5040	95	3960	376200
	Bovinos	2880	2160	160	720	115200
	Ovinos	1800	1080	70	720	50400
2015	Porcinos	9000	5400	95	3600	342000
	Bovinos	2880	2520	160	360	57600
	Ovinos	1800	1080	70	720	50400
2016	Porcinos	10080	5400	95	4680	444600
	Bovinos	3600	2520	160	1080	172800
	Ovinos	2160	1080	70	1080	75600
2017	Porcinos	10080	5400	95	4680	444600
	Bovinos	3600	2520	160	1080	172800
	Ovinos	2160	1080	70	1080	75600
2018	Porcinos	11160	5760	95	5400	513000
	Bovinos	3960	2520	160	1440	230400
	Ovinos	2520	1440	70	1080	75600

Elaboración: La Autora

Analizando la información anterior, se estima que el proyecto estará en capacidad de atender a toda la demanda del servicio de la Localidad, lo que es absolutamente cierto e imperioso y preciso.

3.5 Análisis del Precio

Para el análisis del precio del servicio de faenamiento es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Precio del servicio de faenamiento
- Precio del certificado de sanidad del animal

- Precio tasa municipal por la empresa de rastro.

Para determinar un valor económico es preciso anteponer el antecedente de que, en el levantamiento de la encuesta se tomó como una referencia de pago la costumbre generada en cuanto al precio, por lo que se inserta la información en cuestión;

04.- ¿Cuánto paga por faenar un animal?

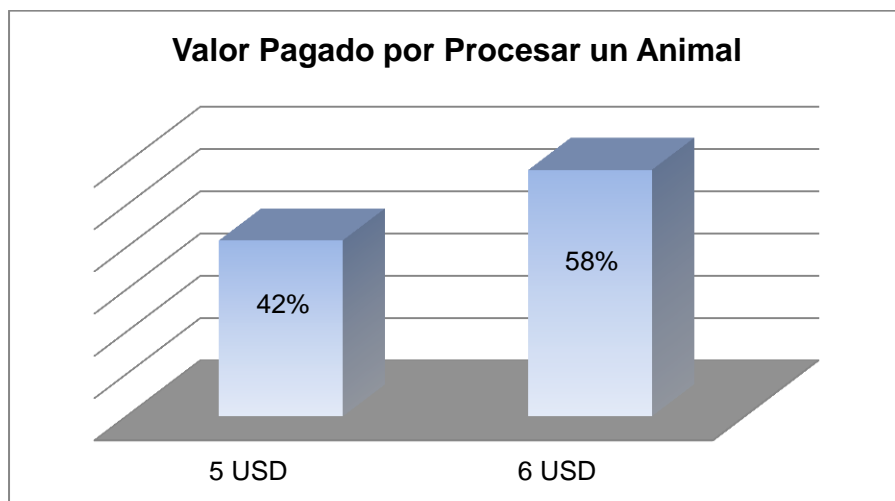
Tabla N. 73 Precio por faenamiento de un animal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
5 USD	5	42%
6 USD	7	58%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 51



Fuente: Encuesta Elevada a Comerciantes

Elaboración: La Autora

Por lo que se valida, que el precio estimado del servicio de faenamiento está en el orden de los seis dólares por unidad, se establece este rubro con la finalidad de obtener los recursos necesarios para el normal desarrollo y desempeño del proyecto.

3.6 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Se la realiza por medios de difusión masiva que tengan inferencia en el ámbito del Cantón, comunicados y spots publicitarios de prensa, radio y televisión.

3.7 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Para este aspecto se utiliza un punto de atención al cliente ubicado en la misma empresa de rastro o planta de faenamiento.

Conclusiones del estudio de mercado

- Al haber realizado la investigación de la población de San Pedro de Huaca, se pudo encontrar un nicho de demanda, que requiere ser atendido con el servicio municipal de faenamiento, además de la población que está de acuerdo en recibir productos cárnicos higiénicamente tratados, lo que conlleva a plantear la necesidad de implementar el servicio de certificación sanitario de los animales que se destinan para el consumo humano.
- En cuanto a la oferta, se puede decir que actualmente existe el servicio artesanal de faenamiento, pero que no responde a intereses de cuidado de la salud de la población, sino más bien a la generación y captación de ingresos, además de mostrarse incapaz de atender a toda la demanda existente.

- Después de hacer un contraste de los aspectos de demanda versus oferta se pudo determinar que la población no se encuentra totalmente atendida en la cuestión de abastecimiento de productos cárnicos, con el adicional de que estos deben ser garantizados para el consumo.
- En cuanto al precio, se encontró indicios de que las personas que requieren el servicio de faenamiento están acostumbrados a cancelar un valor económico, reconocido para este tipo de trabajo.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA TÉCNICA

4. INTRODUCCIÓN

La propuesta técnica del proyecto contempla los aspectos técnicos, operativos y financieros necesarios para la producción de un servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones, organización requerida, además de estimar los recursos necesarios, para el buen funcionamiento de la empresa como tal.

En virtud de que actualmente existe una propuesta, por parte de la SENPLADES (Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa) llamada del Buen Vivir que incluye el conjunto de políticas, planes y programas orientados a mejorar la calidad de vida de la población que entre los acápites de presentación expresa;

“La revolución económica, productiva y agraria, para superar el modelo de exclusión heredado y orientar los recursos del Estado a la educación, salud, vialidad, vivienda, investigación científica y tecnológica, trabajo y reactivación productiva, en armonía y complementariedad entre zonas rurales y urbanas. Esta revolución debe concretarse a través de la democratización del acceso al agua, tierra, crédito, tecnologías, conocimientos e información, y diversificación de las formas de producción y de propiedad”.(Ramírez Gallegos, 2008)

Y que declara como uno de sus objetivos

- “*Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población*”.(Ramírez Gallegos, 2008)

.

Entonces se entiende que mejorar la calidad de vida de la población es que la orientación de las entidades públicas hacia la mejora de aspectos estratégicos que pueden afectar positiva o negativamente a un grupo determinado de personas

Uno de estos aspectos es la alimentación, que lleva intrínsecamente ligado varios actores como; Las entidades públicas, los usuarios del servicio y los consumidores de los productos derivados del servicio.

Por lo que no se puede pensar en una disociación de estos tres elementos con el adicional de que este factor de salud no es de carácter negociable sino más bien obligatorio, tampoco es impostergable y no responde a beneficios económicos son más bien las entidades públicas las que deben generar mecanismos para mantener este tipo de proyectos en el futuro, ya que es impensable que en pleno siglo XXI, el manejo y manipulación de la carne para el consumo humano, se la realice de forma tradicional, no por desmerecer el proceso, sino con la finalidad de mejorar y garantizar la calidad de los productos cárnicos que se colocan en el mercado.

4.1 LOCALIZACIÓN

De manera general el estudio y análisis de la localización de los proyectos suele ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros con el objetivo de maximizar la rentabilidad del proyecto.

De tal modo que para determinar la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización Microlocalización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes dos apartados.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

En este aspecto se inscribe los datos de ubicación específicos a nivel macro, sin especificaciones a nivel interno.

4.1.1.1 Ubicación Geográfica

República del Ecuador

Provincia del Carchi

Latitud: 00-38'-29" Lat. Norte

Longitud: 77-43'-35' Long. Oeste

Altitud: 2952 m.s.n.m.

- Parroquias:

Urbana: San Pedro de Huaca

Rural: Mariscal Sucre

Gráfico N° 52 Mapa de Macrolocalización



Fuente: Departamento de Planificación Cantón San Pedro de Huaca

Como destino de ubicación del Proyecto está el Cantón San Pedro de Huaca-Provincia del Carchi para la creación de la Empresa Municipal de Rastro, como se puede observar en el mapa antes insertado.

Al ser una de las competencias del Municipio del Cantón, se somete a la jurisdicción territorial vigente para la Localidad.

4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

Por medio de este análisis se indica cuál es la mejor alternativa para la instalación del proyecto dentro de la zona elegida, con anterioridad.

Se tomó como referencia varios indicadores, ordenados por el grado de influencia que tiene sobre el proyecto y son:

Mercado;	Relativo a la cercanía a la población de consumo del servicio y productos derivados del servicio.
Infraestructura;	La disponibilidad de carreteras y caminos de acceso al lugar de ubicación y la dotación de servicios básicos, en el sector.
Aspectos Legales;	Hace referencia a la accesibilidad del órgano rector, con el departamento jurídico
Aspectos Socioeconómicos;	Cuestiones de proximidad a los lugares de producción de animales, poder adquisitivo de la población, valor de la tierra
Aspectos Geográficos;	Sinuosidad o regularidad del terreno

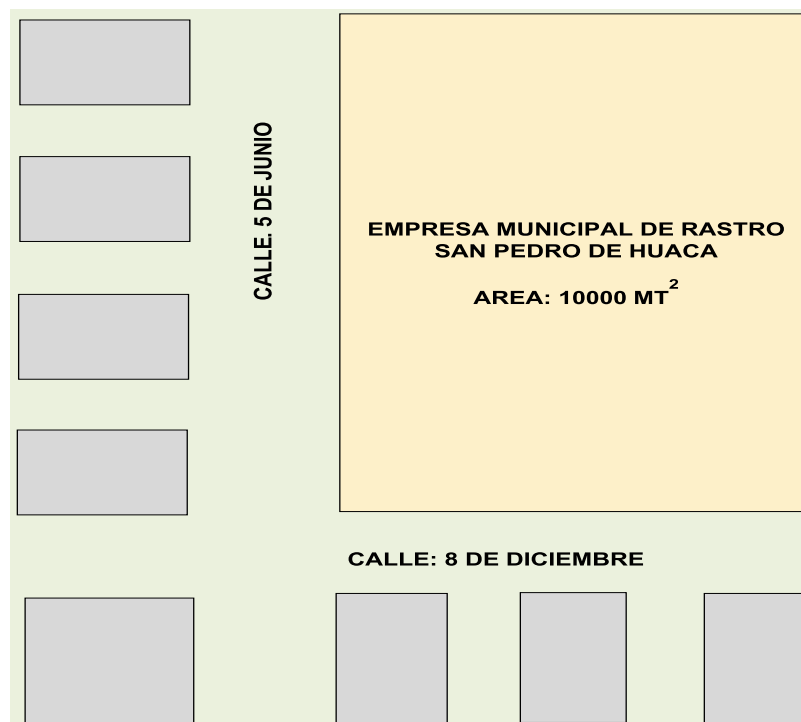
Tabla N. 74 Matriz de Microlocalización

FACTORES	% DE INCIDENCIA	Parroquia Urbana		Parroquia Rural	
		Lugar A	SAN PEDRO DE HUACA	Lugar B	MARISCAL SUCRE
		Calific.	Pond.	Calific.	Pond.
Mercado	40%	5	2	3	1,2
Infraestructura	30%	5	1,5	5	1,5
Aspectos Legales	10%	4	0,4	3	0,3
Aspectos Socioeconómicos	10%	3	0,3	2	0,2
Aspectos Geográficos	10%	4	0,4	2	0,2
TOTAL	100%		4,6		3,4

Elaboración: La Autora

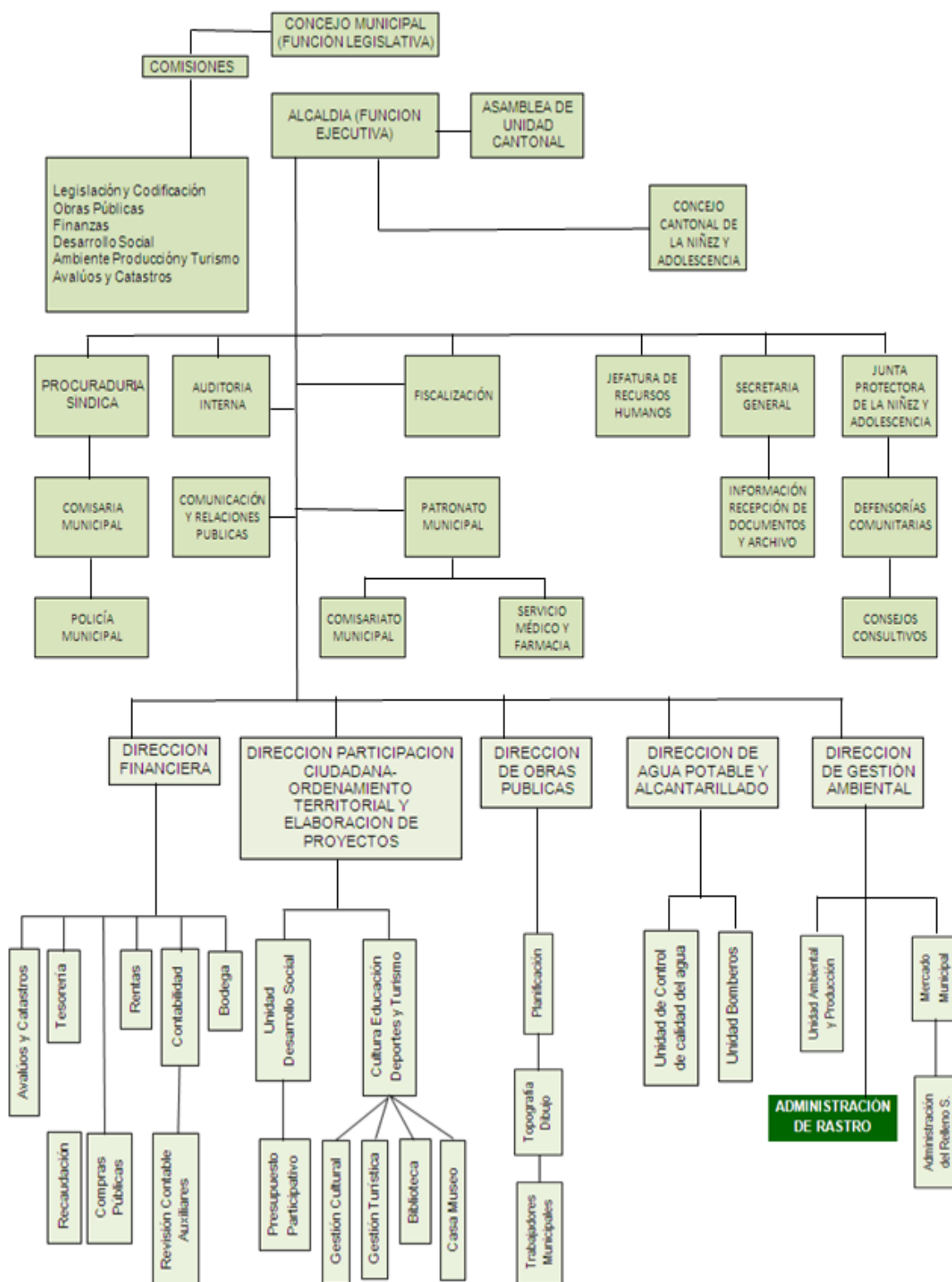
La localización de la planta se puede apreciar mejor en el siguiente croquis:

Gráfico N° 53 Croquis de Microlocalización



Elaboración: La Autora

Gráfico N° 54 Mapa Orgánico Estructural San Pedro de Huaca



Fuente: (<http://www.huaca.gob.ec>, s.f)

4.2 TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

Se debe a dos aspectos principalmente: la porción de demanda insatisfecha que se pretende cubrir por el proyecto y a la dimensión del área total del terreno disponible para el diseño y la construcción de la planta de faenamiento.

El área disponible para la construcción es de diez mil metros cuadrados, emplazados en un sector periférico del área urbana, en la que existe la disponibilidad en el suministro de recursos, tanto materiales como humanos y financieros en cuanto a tiempo, cantidad y calidad se refiere; lo que reduce el riesgo de enfrentar un incremento en los costos por dificultades en su abastecimiento.

4.2.1 DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

Para que la distribución y diseño de las instalaciones de un proyecto provean condiciones de trabajo aceptables, es preciso tomar en cuenta especificaciones como la funcionalidad y la estética que proporcionen y optimicen la distribución eficiente entre cada una de las áreas.

Además es imperante aprovechar de la mejor manera los espacios y recursos de que se van a utilizar, tomando en consideración las reglas de normatividad que deben cumplirse para su construcción.

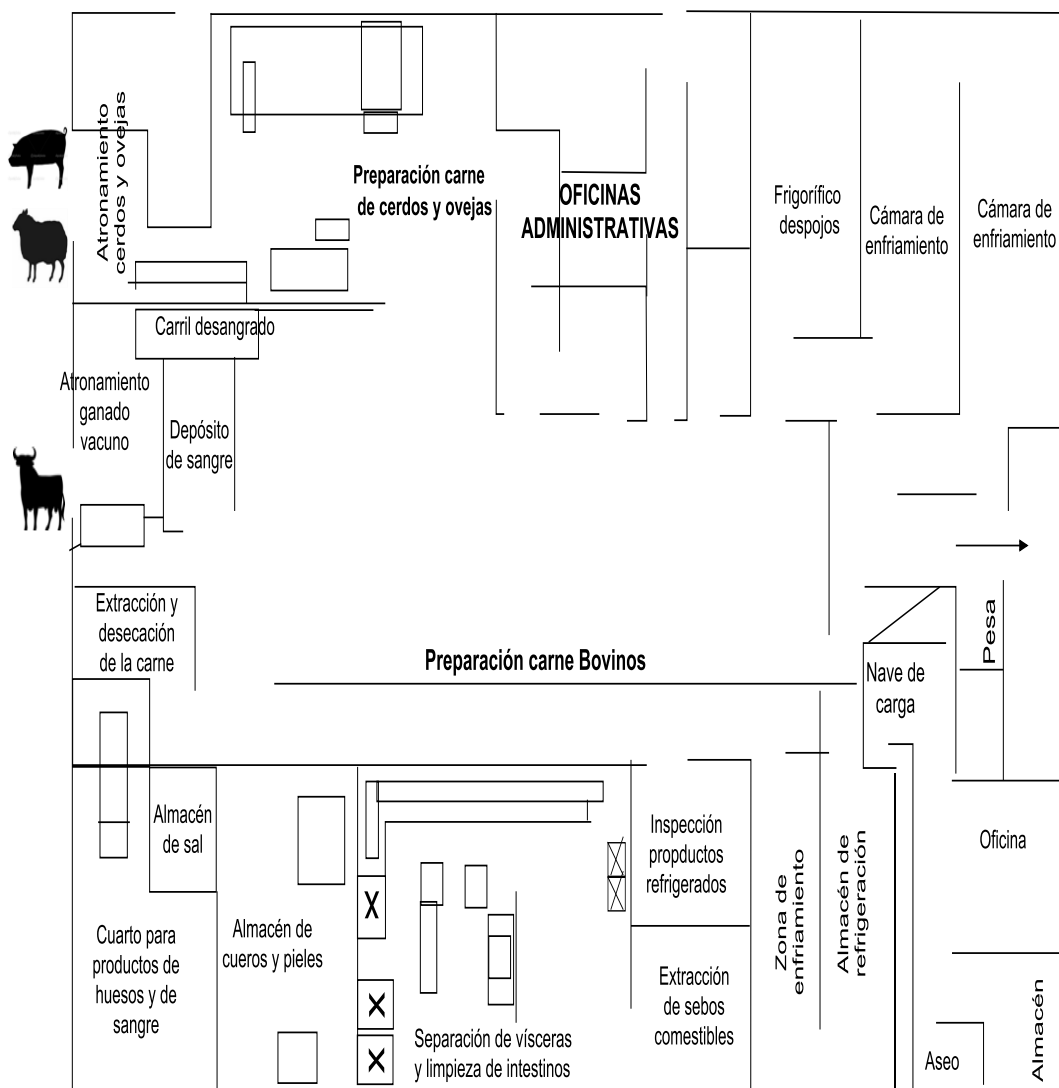
4.2.2 FLUJOGRAMAS DE PROCESOS

En este acápite se hace referencia a los principales procesos que intervienen en el ciclo de recepción y faenamiento de los animales, los respectivos análisis que se les realizan y el destino de los animales en pie y despiezados. Entre los principales procesos, se encuentran;

- Recepción de animales
- Sacrificio y faenamiento cerdos y ovejas
- Sacrificio y faenamiento vacunos

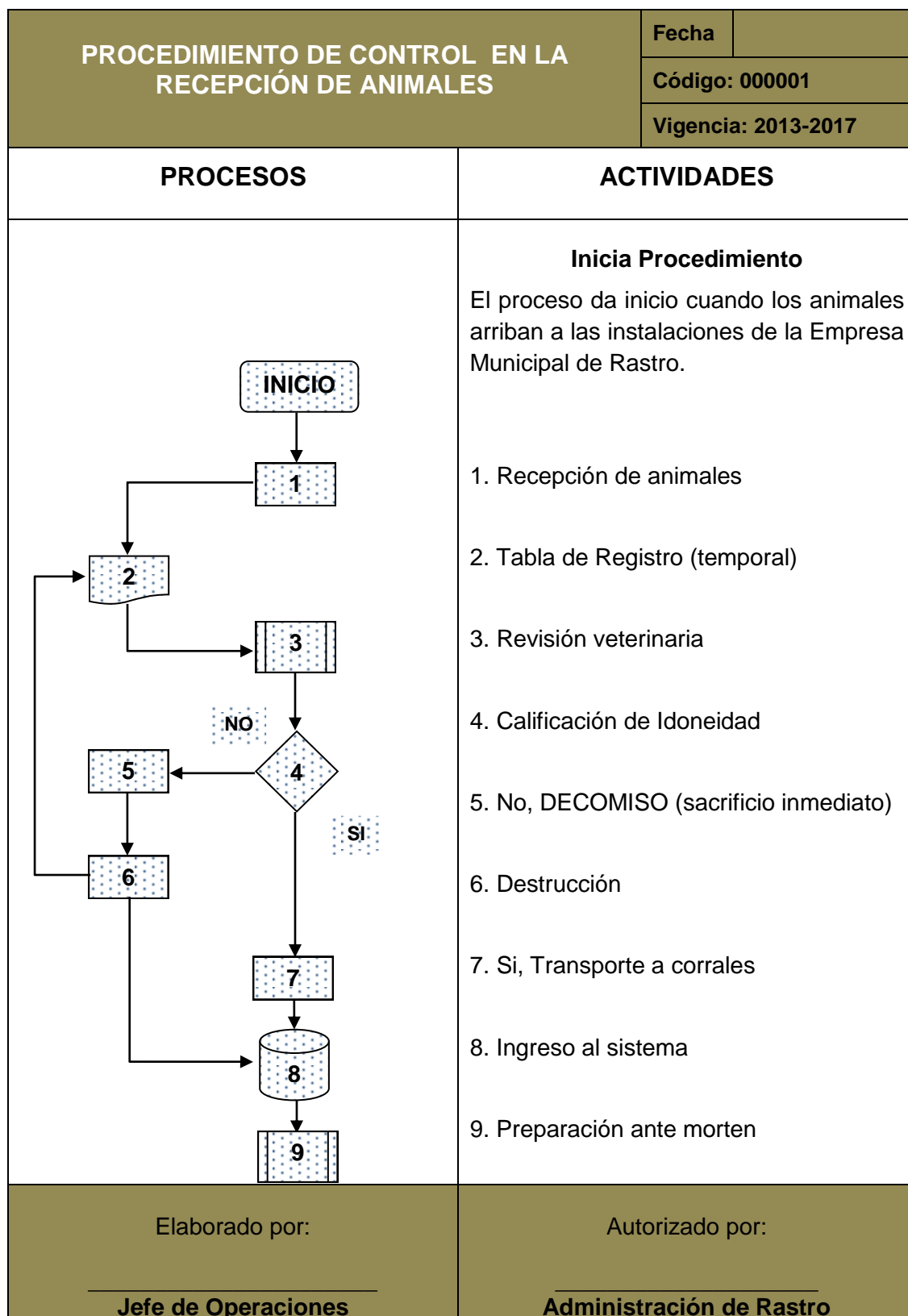
A continuación se puede observar el diseño de las instalaciones de la planta de faenamiento y oficinas administrativas de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.

Gráfico N° 55 Distribución de las Instalaciones de la Empresa Municipal de Rastro



Fuente: Departamento de Planificación Cantón San Pedro de Huaca

Cuadro N. 9 Flujograma Recepción de Animales



Elaboración: La Autora

Cuadro N. 10 Flujograma Procedimiento de Faenamiento

PROCEDIMIENTO DE FAENAMIENTO DE ANIMALES		Fecha	
		Código: 000001	
		Vigencia: 2013-2017	
PROCESOS	ACTIVIDADES		
<div><pre>graph TD; INICIO([INICIO]) --> 1[1]; 1 --> 2[2]; 2 --> 3[3]; 3 --> 4[4]; 4 --> 5[5]; 5 --> 6[6]; 6 --> 7[7]; 7 --> 8([8]); 8 --> 9[9]; 9 --> 10[10]; 10 --> 11[11];</pre></div>	<div>Inicia Procedimiento El proceso da inicio cuando los animales son calificados como idóneos para el sacrificio.</div> <div><div>1. Recepción de animales</div><div>2. Insensibilización</div><div>3. Desangrado</div><div>4. Izado</div><div>5. Desuelle</div><div>6. Corte de cabeza y patas</div><div>7. Retiro de viseras</div><div>8. Inspección</div><div>9. Oreo</div><div>10. Limpieza</div><div>11. Refrigeración</div></div>		
Elaborado por:	Autorizado por:		
Jefe de Operaciones	Administración de Rastro		

Elaboración: La Autora

4.2.3 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Todo presupuesto implica un plan para la realización de objetivos, en especial de tipo financiero, para llevarlos a cabo en un plazo determinado en donde se establecen los recursos necesarios para lograrlo.

En este caso, el presupuesto de inversión para la adecuación y funcionamiento de una empresa de rastro con las especificaciones descritas con anterioridad se le subdividió en tres importantes rubros para su mejor comprensión.

1. Recursos Materiales
2. Recursos Humanos
3. Recursos Financieros

Para la cuantificación de la inversión necesaria de cada rubro fue necesario llevar a cabo una investigación basada en la cotizaciones con distintos proveedores, a modo de elegir los más convenientes para el proyecto en cuanto a calidad, garantía, costo unitario, condiciones de pago, entrega, mantenimiento, entre muchos otros.

4.2.3.1 Recursos Materiales

Son todas las inversiones en obras físicas, equipos, insumos y servicios necesarios para la instalación y puesta en marcha del proyecto.

- Presupuesto de la obra civil y terreno
- Presupuesto de mobiliario, maquinaria y equipo
- Presupuesto de materias primas e insumos
- Presupuesto de Recursos Humanos

Tabla N. 75 Presupuesto de Mobiliario, Maquinaria y Equipo Bovinos

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.UNIT.	V. TOTAL
1	Puerta de entrada a jaula de noqueo de bovinos	595,00	595,00
1	Noqueador no penetrador con bala cautiva cabeza de hongo tipo martillo, para ganado vacuno	6.725,00	6.725,00
	Balanceador para noqueador HANTOVER	717,41	717,41
1	Tecle eléctrico móvil de 2 toneladas	4.771,25	4.771,25
1	Exanguinador estimulador de bajo voltaje ES-4	3.152,46	3152,46
1	Cortador neumático de patas AL, con accesorios	3.187,99	3.187,99
1	Balanceador para cortador de patas AL	417,06	417,06
1	Tecle fijo de 1 tonelada Velocidad con 6 metros de cadena	3062,50	3.062,50
2	Sierra descueradora con hoja de corte de 107 mm	1.520,09	3040,18
1	Descueradora de tambor, con rodillos, chumaceras, anclajes y escaleras	7.486,00	7.486,00
1	Sierra para esternón "250"	2779,02	2.779,02
1	Balanceador para sierra "250" con cable de dos metros	1836,91	1.836,91
1	Sierra para canales con motor a prueba de agua	8.002,23	8.002,23
24	Hojas de corte para sierra de canales con largo de la hoja de corte: 126" (320 cm)	19,90	477,60
1	Balanceador para sierra de canales 150SS con cable de 2 m	2285,12	2.285,12
1	Plataforma oleoneumática para canales con cilindro de 100 mm, recorrido de 1,200 mm, incluye: accesorios, filtros, válvulas, cañerías, acoples y unidad de mantenimiento	7.969,00	7.969,00
		Subtotal	56.504,73
		IVA 12%	6.780,57
		TOTAL	63.285,30

Fuente: Cotizaciones Importadores, Ferreterías, Internet

Elaboración: La Autora

Tabla N. 76 Presupuesto de Mobiliario, Maquinaria y Equipo Porcinos

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.UNIT.	V. TOTAL
1	Puerta de entrada a cajón de noqueo para porcinos para apertura y cierre	595,00	595,00
1	Jaula para aturdimiento de porcinos	325,00	325,00
1	Aturdidor eléctrico, Analógico con medidor de amperio y voltaje vatiaje controlado para evitar hemorragias	3013,39	3.013,39
1	Peladora de cerdos, construida en plancha de acero inoxidable con 33 paletas y cuchillas incluye cuna de volteo y motoreductor	10.974,00	10.974,00
1	Escaldadora de cerdos a gas, incluye: Tanque de acero inoxidable especial para alimentos, estufa a gas incorporada con tubería de vapor compuesta de quemadores y válvula industrial a gas con canastilla de 9 brazos	6.861,04	6.861,04
2	Tecle fijo de 1/2 tonelada con 6 metros de cadena	2766,25	5.532,50
1	Tecle fijo de 1 tonelada con 6 metros de cadena	3.062,25	3.062,25
1	Lavadora de panzas y librillos para ganado menor (cerdos, ovejas, cabras, terneros)	10.667,41	10.667,41
		Subtotal	41.030,59
		IVA !2%	4.923,67
		Total	45.954,26

Fuente: Cotizaciones Importadores, Ferreterías, Internet

Elaboración: La Autora

Tabla N. 77 Presupuesto de Mobiliario, Maquinaria y Equipo Ovinos

CANT.	DESCRIPCIÓN OVINOS	V.UNIT.	V. TOTAL
1	Jaula para sacrificio	325,00	325,00
1	Sierra para esternón "250"	2779,02	2.779,02
1	Balanceador para sierra "250" con cable de dos metros	1836,91	1.836,91
2	Tecle fijo de 1/2 tonelada con 6 metros de cadena	2766,25	5.532,50
1	Tecle fijo de 1 tonelada con 6 metros de cadena	3.062,25	3.062,25
	Herramienta menor	1500,00	1500,00
		Subtotal	15.035,68
		IVA !2%	1.804,28
		Total	16.839,96

Fuente: Cotizaciones Importadores, Ferreterías, Internet

Elaboración: La Autora

4.3 BASE Y ESTRUCTURA LEGAL

La estructura legal se refiere a una serie de reglas y códigos de normatividad que en materia fiscal, sanitaria, civil y penal debe sujetarse todo proyecto de inversión y actividad empresarial, por encontrarse incorporado a un determinado marco jurídico.

Por lo tanto, los requerimientos legales que se establecen para este proyecto son los siguientes:

- Ordenanza municipal
- Plan estratégico de la Ilustre Municipalidad 2013

4.3.1 CREACIÓN DE LA ORDENANZA MUNICIPAL

EL CONCEJO MUNICIPAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN“SAN PEDRO DE
HUACA”

En ejercicio que le confiere el Código Orgánico de Organización
Territorial, Autonomía y Descentralización vigente

CONSIDERANDO

Que el Art 238 de la Constitución de la República establece que los Gobiernos Autónomos Descentralizados gozaran de autonomía política, administrativa y financiera y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiaridad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional.

Que el Art. 13 de la Constitución manifiesta las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos,

suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Que el Art. 54 del Código Orgánico de Organización Territorial, autonomía y descentralización (COOTAD), menciona que son funciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal entre otras:

d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;

e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras.

Que el Art. 57 del Código Orgánico de Organización Territorial, autonomía y descentralización (COOTAD), menciona que son atribuciones del concejo Municipal, entre otras:

a) El ejercicio de la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado municipal, mediante la expedición de ordenanzas cantonales, acuerdos y resoluciones;

b) Regular, mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor;

c) Crear, modificar, exonerar o extinguir tasas y contribuciones especiales por los servicios que presta y obras que ejecute;

l) Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios;

Que el Art. 60.- Atribuciones del alcalde o alcaldesa, entre otras cosas le corresponde al alcalde o alcaldesa:

d) Presentar proyectos de ordenanzas al concejo municipal en el ámbito de competencias del gobierno autónomo descentralizado municipal.

Que en uso de las atribuciones que le confiere la Constitución de la República del Ecuador y la Ley

EXPIDE:

LA ORDENANZA QUE REGLAMENTA EL FAENAMIENTO DE ANIMALES Y LA MANIPULACIÓN DE LA CARNE HASTA LLEGAR AL CONSUMIDOR EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

Art. 1. OBJETO.- La presente Ordenanza, tiene por objeto regular el faenamiento técnico de animales y la manipulación higiénica de la carne, para garantizar la calidad de este producto de consumo masivo y así asegurar la salud de los habitantes de nuestro Cantón.

Establecer puntualmente el lugar de faenamiento y los mecanismos de traslado y manipulación de carne.

Art. 2. ÁMBITO.- Las disposiciones de esta Ordenanza serán aplicadas a las personas naturales o jurídicas, que de manera permanente, periódica o eventual, venden carne en cualquier lugar del Cantón San Pedro de Huaca.

Art. 3- Queda establecido como único lugar hábil para faenar los siguientes animales: ovinos, porcinos y bovinos, el sitio ubicado en la calles 5 de Junio y 8 de Diciembre.

Art. 4.- Dicho local está bajo la supervisión y manejo de la Comisaría Municipal del Cantón San Pedro de Huaca.

Art. 5.- Los precios a cobrar por cada cabeza de ganado es de:

Bovinos – 5 USD

Porcinos – 4 USD

Ovinos - 4 USD

Valor que justifica la sustentabilidad del camal, además de costear los servicios de luz, agua potable y uso cuarto frío. Pagos que serán depositados en la tesorería de la Municipalidad, la misma que le entregará un ticket numerado y valorado, que lo entregará a la persona que controla el camal Municipal.

Art. 6.-El animal será revisado, diagnosticado y autorizado su faenamiento, por medio de un médico veterinario, el mismo que está autorizado para retener el animal que considere puede atentar contra la salud de los consumidores.

El animal faenado deberá permanecer 24 horas en el cuarto frío del camal, con la finalidad de evitar la proliferación de bacterias y tener carne de calidad.

Art.7.-Al animal faenado se lo transportará desde el camal hasta las tercenas, obligatoriamente en carro adecuado con frízer.

Art. 8.- En las tercenas, la carne estará a salvo de moscas, polvo y malos olores, exhibiéndose al público de manera adecuada e higiénica, además de entregar en envoltorio que garantice aseo.

Art. 9.- El incumplimiento a las disposiciones establecidas en los artículos anteriores, será sancionado con la incautación del animal y clausura de la respectiva terciena.

DISPOSICIÓN GENERAL.-

UNICA.- Para la aplicación y ejecución de la presente Ordenanza, la municipalidad debe mantener el camal Municipal en óptimo estado, tanto en la infraestructura como en el equipamiento.

VIGENCIA.- La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su aprobación por parte del Concejo Municipal, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial, y, por consiguiente deroga las normas contenidas en otras ordenanzas que se opongan a la presente. Dada en la Sala de Sesiones del Concejo Municipal de San Pedro de Huaca a los dieciséis días del mes de Agosto del dos mil doce.

Ing. Sonia Sierra Osejos
VICEALCALDESA

Wasternon Palacios Reyes
SECRETARIO DEL CONCEJO

CERTIFICADO DE DISCUSIÓN.- Certifico que la presente Ordenanza fue conocida, discutida y aprobada por el Concejo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Pedro de Huaca, en primer debate en sesión ordinaria del 06 de agosto del 2012; y, en Segundo debate, en sesión ordinaria realizada el 16 de agosto del 2012.

Wasternon Ramiro Palacios Reyes
SECRETARIO DEL CONCEJO

**SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO DEL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN
PEDRO DE HUACA.-** Huaca, 21 de agosto del 2012.- Las 09H00.- De

conformidad con lo dispuesto en el Artículo 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), remito original y copias de la presente ordenanza ante el Señor Alcalde para su sanción y promulgación.-

Wasternon Ramiro Palacios Reyes

SECRETARIO DEL CONCEJO

ALCALDÍA DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA.-Huaca, 23 de Agosto del 2012.- Las 11H00.- **VISTOS.**- Por cuanto la Ordenanza que antecede reúne los requisitos legales y con fundamento en lo dispuesto en los Artículos 322 y 324 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), **SANCIONO** la presente Ordenanza y se ordena su publicación en la Gaceta Oficial y en la página web de la Institución.- **EJECÚTESE.**

Ab. Campo Elías Paspuel Martínez

ALCALDE

CERTIFICACIÓN.- La Secretaria General del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Pedro de Huaca, certifica que el Señor Abogado Campo Elías Paspuel Martínez, Alcalde del Cantón, sanciono la Ordenanza que antecede el día de hoy miércoles 23 de agosto del 2012, a las 11H00.

Wasternon Ramiro Palacios Reyes

SECRETARIO DEL CONCEJO

CAPITULO V

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

5. INTRODUCCIÓN

El ámbito de la organización comprende todos los factores que intervienen dinámica o pasivamente en el desarrollo de la actividad empresarial, para lo cual es preciso determinar específicamente como queda conformada y estructurada la organización.

5.1. DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

Como razón social se utilizó el nombre de Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, con el afán de destacar, representar y reconocer el nombre de la patrona religiosa del lugar, ya que es una referencia al profundo sentimiento y devoción de los Huaqueños.

5.2. LOGOTIPO



5.3. MISIÓN

La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, es una empresa de rastro, creada para brindar los servicios de faenamiento y despiece, de animales en pie, sean porcinos, bovinos u ovinos, previo estricto control y certificación veterinaria de productos cárnicos aptos para el consumo humano, respetando la estructura medioambiental de la zona de San Pedro de Huaca.

5.4. VISIÓN

Posicionarse hasta el 2018 en la Región Norte del Ecuador como la empresa más importante de la industria cárnica, por la calidad y seguridad de sus procesos y productos.

5.5. OBJETIVOS EMPRESARIALES

- Producir carne preparada de manera higiénica mediante la manipulación humana de los animales en lo que respecta al empleo de técnicas higiénicas para el sacrificio de los animales y la preparación de canales mediante una división estricta de operaciones.
- Facilitar la inspección adecuada de la carne y el manejo apropiado de los desechos resultantes, para eliminar todo peligro potencial de que carne infestada pueda llegar al público o contaminar el medio ambiente.
- Establecer la infraestructura necesaria para el adecuado manejo de los animales que se consideran aptos para el faenamiento.

5.6. POLITICAS CORPORATIVAS

- Brindar trato justo y esmerado a todos los ciudadanos de la población, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin del Municipio es el servicio a la comunidad.
- Es responsabilidad de cada una de las áreas, definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo.

- Todas las personas que integren La Empresa Municipal de Rastro “La Purita” deben mantener un comportamiento ético.
- Desterrar toda forma de favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada departamento, a fin de coordinar y evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones.
- Presentar los presupuestos y planes operativos, los informes de actividades de cada año.
- Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad mediante el uso apropiado de técnicas de conservación medioambientales.
- Mantener un sistema de información de La Empresa Municipal de Rastro “La Purita” sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- Dirigirse con respeto hacia los demás miembros de la organización
- Asistir a reuniones técnicas en su campo de actividad.

5.7. PRINCIPIOS Y VALORES

Son un conjunto de normas o estipulaciones de orden moral o de comportamiento de La Empresa Municipal de Rastro “La Purita” que son guía para la empresa en su conjunto y que sirven de marco de referencia para la toma de decisiones en los distintos ámbitos del negocio.

5.7.1. PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Se definen como un conjunto de reglas de conducta simples que rigen el accionar y ayudan a mantener el rumbo de la empresa.

Solidaridad: La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, como parte de una sociedad en la que existen grandes niveles de injusticia social, está encaminada a proveer de productos cárnicos de alta calidad en pro de elevar la calidad de vida de la población.

Dedicación: Los resultados son el producto del esfuerzo constante en vista del progreso individual, colectivo e institucional.

Competitividad: La actividad empresarial está orientada a reducir costos, incrementar la productividad y buscar siempre la excelencia.

Servicio: La buena reputación de la empresa se basa en la satisfacción de nuestros clientes, más que una aspiración es una necesidad vital, para lograr un futuro exitoso.

Orden: El énfasis en la organización y el consenso en la toma de decisiones son elementos centrales en el buen desempeño de la empresa.

Capacitación: La actualización de conocimientos y técnicas es la mejor herramienta para el desarrollo sustentable de la empresa.

Trabajo en equipo: El grupo empresarial “La Purita”, es un conglomerado humano fuertemente cohesionado que persigue fines comunes, orientados a satisfacer las necesidades de la población de San Pedro de Huaca.

5.7.2. VALORES CORPORATIVOS

Como propulsores de gestión y características que propenden el desarrollo competitivo, de grupo o personal se establecieron los siguientes valores, los que funcionan tanto para el presente como a futuro, engloban la totalidad del quehacer de la empresa, Y son:

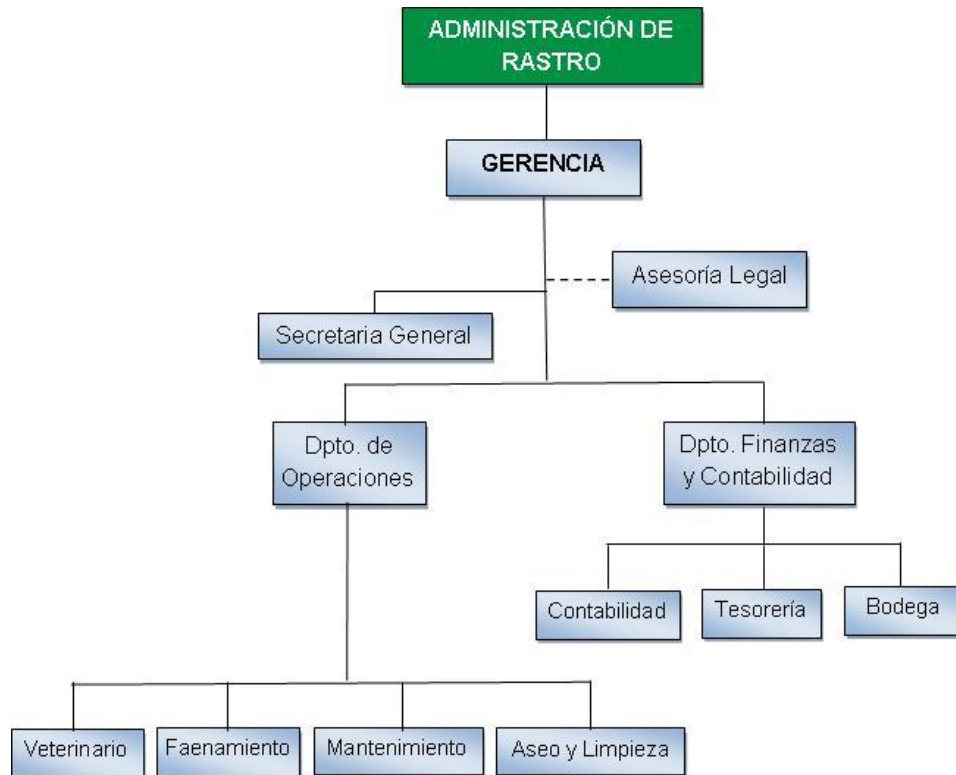
- ✓ Planeación
- ✓ Coordinación
- ✓ Ejecución
- ✓ Lealtad
- ✓ Confiabilidad
- ✓ Justicia
- ✓ Objetividad
- ✓ Honestidad
- ✓ Prudencia
- ✓ Legalidad
- ✓ Transparencia

5.8. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO

El esquema administrativo tiene una jerarquización vertical descendente de los puestos que se contemplan en el proyecto, dadas las especificaciones del personal requerido.

5.8.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico Nº 56 Organigrama de la Empresa Municipal de Rastro



Elaboración: La Autora

5.8.1.1. Requerimientos de Mano de Obra

Para la organización fue necesario determinar, el personal requerido con el que puede funcionar normalmente y desarrollar las diferentes actividades que se presentan en las empresas de rastro, resaltando que al ser una empresa Municipal recibe la asesoría legal por parte de la persona que se desempeña como procurador síndico del Municipio.

A continuación se presenta datos sobre el personal mínimo requerido y la fijación de sueldos, para el primer año de labores.

Tabla N. 78 Personal Empresa de Rastro “La Purita”

DEPARTAMENTO	PUESTOS	CANT
• Gerencia	Gerente	1
• Secretaria general	Secretaria	1
• Dpto. Finanzas	Jefe Financiero	1
	Contador	1
	Tesorero	1
	Bodega	1
• Dpto. de Operaciones	Jefe de Operaciones	1
	Veterinario	1
	Faenador	3
	Mantenimiento	1
	Aseo y limpieza	1
TOTAL		13

Elaboración: La Autora

Tabla N. 79 Sueldos Mensuales del Personal

ÁREA	PUESTOS	MENSUAL				
		Salario Básico Unificado (SBU)	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte Patronal	TOTAL
Administrativo	Gerente	700	58,33	26,50	85,05	869,88
Administrativo	Secretaria	400	33,33	26,50	48,60	508,43
Administrativo	Jefe Financiero	600	50,00	26,50	72,90	749,40
Administrativo	Contador	500	41,67	26,50	60,75	628,92
Administrativo	Tesorero	500	41,67	26,50	60,75	628,92
Administrativo	Bodega	350	29,17	26,50	42,53	448,20
Operativo	Jefe de Operaciones	600	50,00	26,50	72,90	749,40
Operativo	Veterinario	600	50,00	26,50	72,90	749,40
Operativo	Faenador	318	26,50	26,50	38,64	409,64
Operativo	Mantenimiento	318	26,50	26,50	38,64	409,64
Operativo	Aseo y limpieza	318	26,50	26,50	38,64	409,64

Elaboración: La Autora

Tabla N. 80 Sueldos Anuales del Personal

ÁREA	PUESTOS	ANUAL				
		Salario Básico Unificado (SBU)	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte Patronal	TOTAL
Administrativo	Gerente	8400	700	318	1020,60	10438,60
Administrativo	Secretaria	4800	400	318	583,20	6101,20
Administrativo	Jefe Financiero	7200	600	318	874,80	8992,80
Administrativo	Contador	6000	500	318	729,00	7547,00
Administrativo	Tesorero	6000	500	318	729,00	7547,00
Administrativo	Bodega	4200	350	318	510,30	5378,30
Operativo	Jefe de Operaciones	7200	600	318	874,80	8992,80
Operativo	Veterinario	7200	600	318	874,80	8992,80
Operativo	Faenador	3816	318	318	463,64	4915,64
Operativo	Mantenimiento	3816	318	318	463,64	4915,64
Operativo	Aseo y limpieza	3816	318	318	463,64	4915,64

Elaboración: La Autora

5.8.1.2. Descripción de Funciones

Luego de evidenciar la necesidad de personal, es preciso definir el rol que desempeña, todos y cada uno de los empleados de la empresa, considerando situaciones adicionales como:

- ✓ Información General del Puesto
- ✓ Descripción General del Puesto
- ✓ Descripción de Tareas o Funciones
- ✓ Perfil de contratación



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: GERENCIA
Puesto del que depende Dirección de gestión Ambiental
Jerárquicamente:
Puesto(s) que supervisa: Secretaría, Operaciones, Finanzas y Contabilidad
Directamente:

II. Descripción General del Puesto:

La Gerencia tiene como responsabilidad principal organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas, financieras, de recursos humanos y de logística de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Título académico de Ingeniería en Administración de Empresas, Finanzas o Contabilidad, con estudios de maestría o post grado en Alta Gerencia o Administración de Empresas.

Educación no formal necesaria:

Manejo de paquetes utilitarios; Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia a nivel de dirección o gerencia.

Conocimientos necesarios:

- Planeación Estratégica
- Políticas Públicas
- Procesos de Administración General
- Contabilidad gubernamental.
- Leyes de administración pública, aspectos tributarios y fiscales.
- Integración de equipos de trabajo y desarrollo organizacional.

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.
2. Coordinar, definir, conducir, organizar y supervisar la administración de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.
3. Celebrar, actos o contratos por medio del cuales se adquieran bienes, derechos u obligaciones.
4. Dirigir y supervisar el trabajo de las y los funcionarios, servidores y trabajadores;
5. Designar de entre los funcionarios de nivel ejecutivo a la o el Gerente Subrogante;
6. Dirigir la elaboración del presupuesto anual de la Empresa.
7. Delegar o encargar, de conformidad con las normas pertinentes, sus atribuciones, debiendo informar al Directorio de las más trascendentales;
8. Autorizar las licencias y vacaciones de las o los directores.
9. Asegurar la implementación, funcionamiento y la actualización de los sistemas de administración financiera, incluyendo el control interno.
10. Presentar, dentro de los tres primeros meses de cada año y cuando fuere requerido, informes escritos al Directorio o al Concejo Municipal.
11. Dictar los reglamentos internos y manuales de procedimiento que fueren necesarios para el buen funcionamiento de la Empresa.



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto:	SECRETARIA
Puesto del que depende	Jefatura de Recursos Humanos
Jerárquicamente:	
Puesto(s) que supervisa	Ninguno
Directamente:	

II. Descripción General del Puesto:

Asistir a la Dirección Ejecutiva, Asesores y diferentes Departamentos en las labores secretariales, así como también apoyar y atender las reuniones de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Secretaria Ejecutiva

Educación no formal necesaria:

Manejo de paquetes utilitarios: Windows y Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia en puesto similar.

Conocimientos necesarios:

- Ofimática

- Excelente interpretación y redacción.
- Expresión verbal y escrita
- Dominio de técnicas de archivo
- Manejo de internet

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Elaborar el archivo físico e informático que resuma las tareas desarrolladas por la Empresa Municipal de Rastro “La Purita” del cantón Huaca
2. Tomar y transcribir dictados de documentos.
3. Citar por escrito y por correo electrónico a los miembros de la empresa.
4. Levantar las actas de trabajo correspondientes a las sesiones ordinarias o extraordinarias y registrarlas en el libro correspondiente.
5. Organizar, actualizar y mantener un adecuado control de los documentos del archivo.
6. Atender y corresponder llamadas telefónicas
7. Atender visitas a reuniones programadas por la Dirección Ejecutiva, Asesores o Gerencias.
8. Atender las reuniones del Consejo Cantonal, mantener actualizado los expedientes de los Directores y el archivo de los acuerdos del Consejo de Directores.
9. Organizar y llevar actualizada las agendas del Director Ejecutivo, Asesores y Gerencia.
10. Llevar control y seguimiento de correspondencia enviada y recibida por la Gerencia y las Jefaturas Departamentales.
11. Llevar control pormenorizado de la existencia de papelería y útiles de oficina en la unidad respectiva.
12. Otras relacionadas con su puesto y que le sean asignadas.



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto:	JEFE FINANCIERO
Puesto del que depende	Gerencia
Jerárquicamente:	
Puesto(s) que supervisa	Contabilidad, tesorería y bodega
Directamente:	

II. Descripción General del Puesto:

El Jefe Financiero Institucional es responsable de efectuar y validar los registros contables que se generen, realizar oportunamente los cierres mensuales y anuales, preparar los estados financieros básicos e informar sobre el comportamiento de los recursos y obligaciones institucionales

III. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Manejar, actualizar y validar las partidas presupuestarias.
2. Validar los registros contables directos.
3. Verificar que las transacciones efectuadas dentro del proceso estén registradas en la Aplicación Informática del Municipio de Huaca a la fecha del cierre.
4. Revisar que se realicen los cierres mensuales y anuales de acuerdo a los plazos establecidos por la Dirección Financiera del Municipio de Huaca.
5. Verificar y firmar conjuntamente con la Dirección Financiera, los informes financieros básicos y las ejecuciones presupuestarias institucionales.

6. Verificar que hayan sido utilizadas las partidas de ajustes contables requeridos para efectuar el cierre anual.
7. Mantener un adecuado sistema de control interno contable.
8. Verificar y consolidar los saldos contables.
9. Controlar y verificar que los comprobantes de pago, cuenten con los documentos sustentatorios y las autorizaciones respectivas.
10. Mantener un registro contable y financiero de las diferentes transacciones.
11. Verificar la veracidad de las conciliaciones bancarias.
12. Controlar y actualizar los activos fijos y calcular su respectiva depreciación.

IV. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Ingeniero o Doctor/a en Contabilidad, CPA.

Educación no formal necesaria:

Manejo de paquetes utilitarios; Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia en puesto similar.

Conocimientos necesarios:

- Contabilidad gubernamental.
- Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales.
- Aplicación de la Ley de Contratación Pública y su reglamento
- Manejo de la normativa del IESS
- Código de Trabajo
- Control Interno



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

Nombre del Puesto: CONTADOR
Puesto del que depende Gerencia
Jerárquicamente:
Puesto(s) que supervisa Ninguno
Directamente:

II. Descripción General del Puesto:

El Contador institucional es un recurso estratégico que vincula el proceso operativo con el administrativo a través documentos contables que hacen posible analizar la situación financiera de la Empresa Municipal de Rastro.

III. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Elaborar los registros contables.
2. Registrar todas las transacciones efectuadas dentro del proceso de venta de los servicios de certificación y faenamiento, en el sistema informático contable del Municipio de Huaca.
3. Realizar los cierres mensuales y anuales de acuerdo a los plazos establecidos por la Dirección Financiera del Municipio de Huaca.
4. Elaborar los informes financieros básicos y las ejecuciones presupuestarias institucionales.
5. Efectuar y validar las partidas de ajustes contables requeridos para efectuar el cierre anual.
6. Mantener debidamente referenciado y completo el archivo de documentación de respaldo contable institucional.

7. Mantener un adecuado sistema de control interno contable.
8. Consolidar los saldos contables.
9. Efectuar comprobantes de pago, adjuntando documentos sustentatorios y las autorizaciones respectivas.
10. Mantener el registro contable y financiero de las diferentes transacciones.
11. Elaborar conciliaciones bancarias.
12. Controlar y actualizar los activos fijos y calcular su respectiva depreciación.
13. Revisar planillas de pagos y flujos de efectivo.

IV. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Ingeniero o Doctor/a en Contabilidad, CPA.

Educación no formal necesaria:

Manejo de paquetes utilitarios; Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia en puesto similar.

Conocimientos necesarios:

- Contabilidad gubernamental.
- Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales.
- Aplicación de la Ley de Contratación Pública y su reglamento
- Manejo de la normativa del IESS
- Código de Trabajo
- Control Interno



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

Nombre del Puesto: TESORERO
Puesto del que depende Gerencia
Jerárquicamente:
Puesto(s) que supervisa Ninguno
Directamente:

II. Descripción General del Puesto:

El/la Tesorero/a tendrá como función la custodia y el control de los recursos en efectivo y documentos, recibidos en la Empresa Municipal de Rastro “La Purita” del Cantón San Pedro de Huaca, así como la elaboración de facturas de pago aprobadas por el órgano de representación, las cuales tendrán que ser revisadas previamente por el Gerente y Jefe Financiero.

III. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Recaudar las tasas fijadas mediante ordenanza municipal haya sido aprobada por el pleno del Concejo Municipal, que se generan por servicios de faenamiento y certificación sanitaria.
2. Hacer reportes diarios de cierre de caja.
3. Realizar informes mensuales de la actividad de recaudación en base a los reportes diarios.
4. Custodiar los recursos económicos de la empresa, en cualquier forma que se presenten, efectivo, cheques, transferencias bancarias, tarjetas de crédito.

5. Realizar los respectivos depósitos del dinero recaudado máximo al siguiente día de operación.
6. Reportar los faltantes o sobrantes que se presentaren en la jornada laboral.
7. Implementar el fondo de caja chica.
8. Realizar comprobantes de pago sea por el pago de haberes con facturas o compras de artículos menores con caja chica.

IV. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Ingeniero o Doctor/a en Contabilidad, CPA.

Educación no formal necesaria:

Manejo de paquetes utilitarios; Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia en puesto similar.

Conocimientos necesarios:

- Contabilidad gubernamental.
- Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales.
- Aplicación de la Ley de Contratación Pública y su reglamento
- Manejo de la normativa del IESS
- Código de Trabajo
- Control Interno



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto:	JEFE DE OPERACIONES
Puesto del que depende	Gerencia
Jerárquicamente:	
Puesto(s) que supervisa	Faenamiento, Veterinario, Desechos,
Servicios Directamente:	Generales

II. Descripción General del Puesto:

La Jefatura de Operaciones tiene como responsabilidad principal planificar, organizar, implementar y dar seguimiento a las actividades propias de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, llevando el control cualitativo y cuantitativo de la operatividad de la empresa. Tiene bajo su responsabilidad el control de calidad, la seguridad industrial, investigación y desarrollo de procesos con el fin de obtener mayor eficiencia dentro de la productividad de la empresa.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Ingeniero Industrial o de operaciones con especialización en procesos y planificación industrial.

Educación no formal necesaria:

Manejo de paquetes utilitarios; Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint, SPSS.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia.

Conocimientos necesarios:

- Investigación de Operaciones y Calidad
- Producción y Logística
- Finanzas
- Gestión de procesos
- Gestión de Personal

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Coordinar, dirigir y supervisar las actividades técnicas de planificación, programación, elaboración de especificaciones, contratos, costos, presupuestos, ejecución, supervisión y liquidación de obras y contratos.
2. Proponer a la Dirección Ejecutiva los criterios para la priorización de objetivos y aplicarlos cuando hayan sido aprobados por el Consejo Cantonal.
3. Mantener un inventario actualizado de la infraestructura, vehículos, equipos, maquinarias, instrumentos, mobiliario, del área administrativa y operativa de la institución, mediante un mecanismo moderno, eficiente y transparente.
4. Verificar que se ejecuten las diferentes actividades de mantenimiento contratadas de acuerdo a los documentos contractuales respectivos.
5. Mantener una continua comunicación y coordinación con los encargados de cada área operativa bajo su jurisdicción.
6. Evaluar los informes de los encargados de las áreas operativas que son de su competencia.
7. Revelar y denunciar irregularidades en el cumplimiento de contratos por servicios, ejecución de obras, adquisiciones, para realizar las acciones correctivas pertinentes.



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto:	TÉCNICOFAENADOR
Puesto del que depende	Operaciones
Jerárquicamente:	
Puesto(s) que supervisa	Ninguno
Directamente:	

II. Descripción General del Puesto:

Sacrificio, faenado y asistencia en la inspección de animales, despiece y carnicería, gestión operaciones, control de almacén y demás actividades propias a realizarse en la actividad.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Ingeniero, Técnico o Licenciado en Gastronomía, Hotelería y Turismo

Educación no formal necesaria:

Manejo de animales para despiece, cortes y canales, seguridad industrial.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia

Conocimientos necesarios:

- Operación de líneas de producción en empresas de productos cárnicos.
- Clasificación de canales y piezas.
- Despiece y deshuesado.
- Preparación de despojos.
- Almacenamiento
- Normas de higiene
- Normas de seguridad

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Ejecutar las operaciones de sacrificio y despiece de animales, observando las normas de higiene correspondientes.
2. Separación de canales y preparación de carnicería.
3. Organizar y controlar la recepción, almacenamiento y expedición de canales, piezas y otros productos cárnicos.
4. Aplicar criterios y técnicas sanitarias y económicas para clasificar y valorar los rendimientos y la calidad de los animales, canales y piezas, con el fin de asegurar la calidad de los productos.
5. Realizar la gestión de administración, y comercialización de productos cárnicos.
6. Conducir y supervisar las maquinarias, equipos y herramientas propias del sacrificio, para el despiece la conservación y el acondicionamiento de la carne.
7. Tomar y preparar muestras para detección de síntomas y anomalías sanitarias en los animales y canales.
8. Aplicar y mantener las condiciones de conservación de canales, piezas y otros productos cárnicos



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: VETERINARIO
Puesto del que depende Operaciones
Jerárquicamente:
Puesto(s) que supervisa Ninguno
Directamente:

II. Descripción General del Puesto:

Encargarse de preservar la salud pública del Catón Huaca, a través de la vigilancia, inspección de las operaciones realizadas por la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, certificando la producción de productos y subproductos cárnicos, de origen, porcino, bovino y ovino.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Doctor o Ingeniero en veterinaria

Educación no formal necesaria:

Manejo de laboratorio, paquetes utilitarios; Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint, SPSS.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia

Conocimientos necesarios:

- Noción de métodos y procedimientos para manejar empresas de rastro o de producción cárnica.
- Diagnóstico de las enfermedades en animales, porcinos, bovinos, ovinos.
- Prevención, control y erradicación de enfermedades zootécnicas.

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Inspección ante mortem
2. Bienestar animal
3. Inspección post mortem
4. Análisis de materiales o tejidos de riesgo infeccioso.
5. Marcado sanitario
6. Realizar e interpretar análisis bacteriológicos, parasitológicos, biológicos, químicos y físicos.
7. Certificar la calidad de los animales para controlar su distribución y expendio.
8. Programar, dirigir, asesorar acerca de la conservación de los recursos cárnicos
9. Elaborar, aplicar y evaluar normas y criterios para la identificación, clasificación y tipificación de los animales y sus productos.
10. Asesorar en la elaboración de normas referidas a las condiciones higiénicas-sanitarias de la producción animal y de las actividades involucradas en la producción y distribución de productos y alimentos de origen animal.
11. Realizar el control de residuos y desechos de origen animal con el objeto de reciclarlos y/o evitar la contaminación ambiental.



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto:	MANTENIMIENTO
Puesto del que depende	Operaciones
Jerárquicamente:	
Puesto(s) que supervisa	Ninguno
Directamente:	

II. Descripción General del Puesto:

Reparación y mantenimiento menores de maquinarias y equipos, incluso partes y piezas de propiedad de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Bachiller técnico en mantenimiento industrial

Educación no formal necesaria:

Cursos, seminarios y talleres de electricidad, suelda, estructuras metálicas.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia, como personal de apoyo en labores similares.

Conocimientos necesarios:

- Conocimiento en reparaciones de maquinarias y equipos industriales.
- Noción de instalaciones eléctricas.
- Soldadura y pintura.

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Reparación y mantenimiento de montajes en hierro.
2. Llevar una inspección sistemática de todos los equipos, con intervalos de control para detectar oportunamente cualquier desgaste o rotura.
3. Mantener permanentemente los equipos los equipos, en su mejor estado para evitar la parra de la planta de producción.
4. Reemplazo de partes y piezas de máquinas y equipos que han sufrido desperfectos o fallas.
5. Efectuar reparaciones de emergencia de forma rápida y simplificada posible.
6. Mantener al equipo en su máxima eficiencia de operación.
7. Prolongar la vida útil de las maquinarias y equipos al máximo posible.
8. Sugerir mejoras en la maquinaria y los equipos para disminuir las posibilidades de daño y rotura.
9. Modificar, instalar, remover equipos e instalaciones.
10. Inspección de rodamientos.
11. Asesorar la adquisición o compra de nuevos equipos.
12. Reducir al mínimo los costos de mantenimiento.



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: BODEGA
Puesto del que depende Operaciones
Jerárquicamente:
Puesto(s) que supervisa Ninguno
Directamente:

II. Descripción General del Puesto:

Abastecer del suministro de materiales, insumos, reactivos y otros químicos, que se requieren para la producción del servicio de faenamiento y certificación sanitaria de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

Bachiller técnico en contabilidad o auxiliar contable, técnico de nivel superior en el área de administración o bachiller en computación.

Educación no formal necesaria:

Cursos, seminarios y talleres de inventarios, manejo de bodega, clasificación de productos.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia, como personal de apoyo en labores similares.

Conocimientos necesarios:

- Manejo de tarjetas tarde
- Conocimientos de Computación.

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Realizar la recepción de mercaderías y productos, destinados para el uso administrativo u operativo.
2. Entregar mercaderías materiales e insumos a las diferentes áreas de la empresa Municipal de Rastro.
3. Llevar un control de productos entregados.
4. Mantener limpia la bodega.
5. Manejar control de inventario.
6. Organizar movimiento interior de mercancías.
7. Inspeccionar porque las deficiencias (empaques dañados, faltantes, sobrantes), debido a problemas de embalaje y compilación.
8. Revisar el adecuado almacenaje de los productos, insumos y materiales.
9. Verificar la rotación adecuada de los productos por fecha de antigüedad.
10. Distribuir adecuadamente los productos para lograr la eficiencia del espacio y hacer más ágil el despacho.
11. Efectuar informes sobre el estado del inventario con respecto al consumo mensual de cada uno de los productos, tanto para el área administrativa como para operaciones.



DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: ASEO Y LIMPIEZA
Puesto del que depende Operaciones
Jerárquicamente:
Puesto(s) que supervisa Ninguno
Directamente:

II. Descripción General del Puesto:

Prestar el servicio de ase y limpieza en la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, tanto para la administración como para la producción en horario permanente.

III. Perfil de contratación:

Educación formal necesaria:

No aplica N/A.

Educación no formal necesaria:

No aplica N/A.

Experiencia laboral previa:

Un mínimo de cinco años de experiencia, como personal de apoyo en labores similares.

Conocimientos necesarios:

- No aplica N/A

IV. Descripción de Tareas o Funciones:

1. Asear las oficinas y áreas asignadas, antes del ingreso de los funcionarios y vigilar que se mantengan aseadas.
2. Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.
3. Clasificar la basura empacando desechos orgánicos, papeles y materiales sólidos en bolsas separadas.
4. Responder por los elementos a su cargo e informar sobre cualquier anomalía o deterioro que ellos presenten y solicitar su reposición o reparación si es del caso.
5. Mantener limpios los espacios transitables del área de producción, así como los implementos livianos que se utilizan.
6. Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, cortinas y todo elemento accesorio de las áreas de las oficinas
7. Realizar las gestiones necesarias como apoyo para asegurar la ejecución de los planes, programas y proyectos en los que interviene en razón del cargo.
8. Proponer, preparar e implementar los procedimientos e instrumentos requeridos para mejorar la prestación de los servicios a cargo de la entidad.
9. Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato.

5.9. ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

La empresa Municipal de Rastro del Cantón San Pedro de Huaca, de la Provincia del Carchi, tiene como finalidad la integración de los actores radicados en el Cantón, cuya actividad económica comprenda la producción, faenamiento, comercialización, y venta de productos cárnicos, en la zona, sean éstos de procedencia vacuno, porcino u ovino. En esta integración también participa el Municipio del Cantón, como ente de carácter público, como único organismo con capacidad para organizar, dirigir, controlar normar, reglamentar e instruir, sobre el tema de las empresas de rastro

Por lo que en el acápite correspondiente a la forma de organización jurídica se adopta la figura de COMPAÑIAS DE ECONOMIA MIXTA, en la que en el instructivo de la Superintendencia de Compañías del Ecuador describe textualmente:

1.3 COMPAÑIAS DE ECONOMIA MIXTA

Requisitos:

1.3.1 Para constituir estas compañías es indispensable que contraten personas jurídicas de derecho público o personas jurídicas semi-públicas con personas jurídicas o naturales de derecho privado (Art. 308 de la Ley de Compañías).

1.3.2 En esta especie de compañías no puede faltar el órgano administrativo pluri-personal denominado directorio. Así mismo, en el estatuto, si el Estado o las entidades u organismos del sector público que participen en la compañía, así lo plantearen, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren

adecuados respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento del capital suscrito de la compañía (Art. 312 de la Ley de Compañías).

1.3.3 En lo demás, para constituir estas compañías, se estará a lo normado en la Sección VIII de la Ley de Compañías, relativa a la sociedad anónima.

5.9.1. ORDENANZA FACULTATIVA

ORDENANZA QUE REGULA LA CREACIÓN, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO “LA PURITA”

EL CONCEJO MUNICIPAL DE HUACA EXPIDE:

TÍTULO I

DENOMINACIÓN, OBJETO, DOMICILIO Y FINES

Art.1.- Créase la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, como una persona jurídica de economía mixta, de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión, que opera sobre bases legales y cuyo objetivo es la administración de los servicios necesarios para el faenamiento de ganado, porcino, bovino y ovino, aptos para el consumo humano; y los servicios complementarios, conexos y afines que pudieren ser considerados de interés colectivo, así como otros servicios que resuelva el Directorio, los mismos que se prestarán en base a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, universalidad, accesibilidad, regularidad, calidad, responsabilidad, continuidad, seguridad y precios equitativos.

La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, orientará su acción con criterios de eficiencia, racionalidad y rentabilidad social, preservando el ambiente, promoviendo el desarrollo sustentable, integral y descentralizado de las actividades económicas de acuerdo con la Constitución.

La Empresa tendrá su domicilio principal en la ciudad de Huaca, Provincia del Carchi, República del Ecuador, pudiendo prestar sus servicios en el ámbito cantonal, provincial, regional, nacional, directamente o a través de la creación de empresas filiales, subsidiarias, agencias o unidades de negocio, de conformidad con la ley.

La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, se rige por la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Empresas Públicas y demás normativa aplicable.

Art. 2.- La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, es una Empresa Pública creada por el Concejo Cantonal de Huaca, en ejercicio de la facultad conferida por la Constitución y la ley, para el ejercicio de sus funciones primordiales en materia de prestación del servicio de faenamiento, control sanitario y demás conexos de ganado porcino, bovino y ovino, del Cantón Huaca.

La Empresa Municipal de Rastro “La Purita” será responsable por los servicios que preste, ejercerá el control y sanción administrativa, de conformidad con la ley, a todas y todos los usuarios y ciudadanía en general que, en su actividad, perjudiquen o afecten en los servicios que brinde.

Art. 3.- A La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, le corresponde la gestión ambiental relacionada con la prestación de servicios que

desarrolle la Empresa, en el marco de la ley y de las políticas y estrategias dictadas por la Municipalidad de Huaca.

Art. 4.- La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, para el cumplimiento de sus fines y la prestación eficiente, racional y rentable de servicios públicos, ejercerá las siguientes funciones:

a. Proporcionar los servicios de: recepción, vigilancia en corrales, arreo, faenamiento, control veterinario y de laboratorio, despacho, transporte y otros que fueren necesarios para la provisión y distribución de carne procesada.

b. Controlar e impedir el funcionamiento de camales clandestinos dentro del Cantón Huaca.

c. Administrar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa dentro del Cantón Huaca.

e. Procesar y comercializar los productos cárnicos, así como los desechos orgánicos derivados de las actividades de la empresa.

f. Imponer las sanciones administrativas por las violaciones e incumplimientos a las ordenanzas y reglamentos relativos a la prestación de sus servicios de conformidad con la Ley;

g. Propender al desarrollo institucional, pudiendo para ello suscribir convenios y acuerdos, con personas naturales o jurídicas, organismos e instituciones, nacionales o internacionales, o participar con éstos en el cumplimiento de planes y programas de investigación y otros;

h. Fomentar la capacitación y especialización del personal en todos los niveles y áreas de la Empresa;

i. Prestar todos los servicios antes descritos u otros servicios complementarios, conexos o afines que pudieren ser considerados como de interés público, directamente o a través de contratistas al amparo de lo previsto en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, de asociaciones con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, contratos de gestión compartida, alianzas estratégicas, convenios de cooperación interinstitucional con entidades públicas o privadas y otras formas de asociación permitidas por la Ley.

De conformidad con la Constitución y la Ley Orgánica de Empresa Públicas, La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, en su calidad de entidad de derecho público podrá constituir empresas subsidiarias, filiales, agencias o unidades de negocio para la prestación de servicios públicos. Para este efecto, se necesitará la aprobación del Directorio con mayoría absoluta de sus miembros;

j. Prestar o recibir asesoría o consultoría dentro del país o en el exterior; y,

k. Todas las demás funciones establecidas en la Constitución y la ley.

TÍTULO II

GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

Art. 5.- El gobierno y la administración de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, se ejercerán a través el Directorio, la Gerencia General y las demás dependencias que colaborarán armónicamente en la consecución de sus objetivos.

Las facultades y atribuciones de todas las dependencias y unidades permanentes constarán en la normativa interna, que para el efecto expedirá el Directorio.

CAPÍTULO I

DEL DIRECTORIO

Art. 6.- El Directorio de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, estará integrado por cinco miembros quienes deben acreditar conocimiento y experiencia en el ámbito de los servicios que prestare la Empresa.

Art. 7.- Son miembros principales del Directorio:

a. Quien ejerce la Alcaldía de Huaca su delegada o delegado que tendrá la calidad de permanente, y será miembro de la Corporación Municipal, quien presidirá el Directorio;

b. Una o un funcionario de la Municipalidad de Huaca, responsable del área administrativa relacionada con el objeto social de la Empresa, designado por la o el Alcalde;

c. Una o un concejal, designado por el Concejo Municipal;

d. Una o un delegado de la Parroquia en donde se encuentre emplazado el centro o los centros de faenamiento de la empresa, quien se constituirá en el representante permanente de la ciudadanía. La forma de delegación se sujetará a la normativa de participación ciudadana según la ordenanza correspondiente.

e. Una o un representante de los productores, frenadores o comercializadores, del Cantón, quienes actuarán de manera alternada por

períodos de dos años; el representante designado por las instituciones anotadas deberá contar con la ratificación de la o el Alcalde. Para todos los miembros del Directorio, excepto para quien ejerza la Presidencia, se designará una o un suplente de la misma forma como se procede para la elección de las o los principales.

Art. 8.- Quien ejerciere la Gerencia General de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita” acudirá a las sesiones del Directorio, con voz informativa pero sin voto y actuará como Secretario de este organismo.

Las o los miembros suplentes del Directorio podrán acudir a las sesiones con voz pero sin voto, a menos que fueren titularizados, ante ausencia de las o los miembros principales.

Art. 9.- Las y los integrantes del Directorio, durarán dos años en sus funciones mientras conserven la condición por la que fueron nombrados, a excepción de quien ejerza la Alcaldía, quien durará todo el período para el que fue elegida o elegido y mientras conserve la condición de tal.

CAPÍTULO II

ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO

Art. 10.- Además de las atribuciones contempladas en la Ley Orgánica de Empresa Públicas, son atribuciones y deberes del Directorio de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”

a. Legislar y fiscalizar la administración de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”

- b.** Conocer los proyectos de ordenanzas relativos al giro del negocio y servicios prestados por la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, que sean presentados para aprobación del Concejo Cantonal.
- c.** Aprobar los reglamentos internos y manuales operativos para el desenvolvimiento técnico y administrativo de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, elaborados o contratados por quien ejerza la Gerencia General;
- d.** Conocer y aprobar las tarifas y el valor de las tasas por la prestación de los servicios públicos o por la venta de servicios y productos, brindados por la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”;
- f.** Aprobar la participación e inversiones en asociaciones, fundaciones o corporaciones, convenios, actos y contratos, o a través de cualquier forma de asociación permitidas por la ley, previa propuesta presentada por quien ejerciere la Gerencia General;
- g.** Nombrar a la o el Gerente General, de una terna propuesta por quien ejerce la Presidencia del Directorio y removerla o removerlo;
- h.** Conceder licencia o permiso a quien ejerciere la Gerencia General;
- i.** Dictar la reglamentación interna para determinar los ordenadores de gasto y la cuantía hasta por la cual quien ejerza la Gerencia General de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita” y otros funcionarios, puedan comprometer en obligaciones a nombre de la empresa;
- j.** Definir cuantías y términos para la contratación de empréstitos internos o externos;

k. Conocer y aprobar la contratación colectiva, y, los niveles salariales de las y los servidores de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”;

l. Autorizar a quien ejerza la Gerencia General la transferencia de los bienes que sean de su propiedad, así como la constitución de gravámenes o limitaciones al derecho de los bienes de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”. Cuando el valor de los bienes sea inferior a 0,00001 del Presupuesto General del Estado, no se requerirá autorización;

m. Conocer y resolver sobre las reclamaciones o apelaciones administrativas que presenten las personas naturales o jurídicas, respecto de las resoluciones administrativas dictadas por quién ejerza la Gerencia General de la Empresa;

n. En todas las modalidades en que la Empresa Municipal de Rastro “La Purita” participe como socio o accionista, el Directorio de la Empresa, buscará precautelar que su patrimonio no sufra menoscabo, y que participe en las mejores condiciones en la constitución, administración y beneficios de las sociedades y asociaciones, así como los réditos que se obtengan sean reinvertidos para una mejor prestación de los servicios que brinde, buscando la satisfacción de las necesidades colectivas con rentabilidad social; y,

o. Las demás que le asigne la ley y esta Ordenanza.

CAPÍTULO III

DE LAS SESIONES DEL DIRECTORIO

Art. 11.- El Directorio de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, sesionará ordinariamente cuando menos una vez al mes, y

extraordinariamente a petición de quien ejerciere la Presidencia, la Gerencia General o de dos o más de sus miembros con derecho a voto. En las sesiones de Directorio sólo podrán tratarse los temas para cuyo estudio y resolución, el mismo fuere convocado.

Art. 12.- Las convocatorias a sesiones ordinarias se realizarán, con por lo menos cuarenta y ocho horas de anticipación, a la fecha de realización; para las sesiones extraordinarias el tiempo de anticipación será de veinticuatro horas. Las convocatorias se realizarán de manera escrita, en la que constará el orden del día, el lugar, fecha y hora en que se llevará a efecto. La convocatoria y documentación adjunta necesaria podrá ser enviada por medios físicos o electrónicos. El Directorio de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, podrá sesionar, sin necesidad de convocatoria previa, en cualquier tiempo y lugar, dentro del territorio nacional para tratar cualquier asunto siempre cuando estén presentes todos sus miembros principales.

Por unanimidad de los asistentes a la sesión, el Directorio podrá acordar, deliberar y resolver en forma reservada sobre puntos del orden del día.

Art. 13.- Para que exista quórum, será necesaria la concurrencia de cuando menos tres de sus miembros, debiendo necesariamente haber concurrido, quien ejerciere la Presidencia del Directorio de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”. Si no se obtuviere el quórum se convocará nuevamente a sesión dentro de las veinticuatro horas subsiguientes. La inasistencia injustificada de los miembros del Directorio a tres sesiones consecutivas será causa de remoción, por parte del Directorio, el que procederá a titularizar a sus respectivos suplentes. Este hecho será puesto en conocimiento de la Municipalidad para que realice las designaciones que corresponda.

Todos los miembros del Directorio de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, participarán en las sesiones con derecho a voz y voto.

Art. 14.- Las decisiones del Directorio de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, se tomarán por mayoría de votos de los concurrentes, excepto en aquellos casos en los que se requiriere mayoría absoluta. En caso de igualdad en la votación la resolución se la tomará en el sentido del voto de la o el Presidente.

Art. 15.- Se sentarán actas de las sesiones del Directorio de La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, las que serán suscritas por quienes ejercen la Presidencia y la Gerencia General quien actuará en calidad de la o el Secretario, y será además quien custodie las actas y de fe de las resoluciones tomadas.

CAPÍTULO IV

LA GERENCIA SUBROGANTE

Art. 16.- La o el Gerente Subrogante reemplazará a quien ejerza la Gerencia General de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, en caso de impedimento o de ausencia temporal o definitiva de éste; cumplirá los deberes y atribuciones previstas para el titular mientras dure el reemplazo.

Art. 17.- La o el Gerente Subrogante será nombrado o removido a criterio de la Gerencia General; en este último caso, no perderá su calidad dentro de la empresa. Mientras no actúe como tal seguirá desempeñando sus funciones habituales.

CAPÍTULO V

DEL CONTROL Y LA AUDITORÍA

Art. 18.- Las actividades de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, estarán sometidas al control y supervisión del Concejo Cantonal de Huaca; así como de los órganos de control establecidos en la Constitución.

Art. 19.- La o el Auditor Interno será designado de conformidad con la ley. Ejercerá sus funciones de manera independiente, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales de auditoría aplicables al sector público y presentará sus informes de conformidad con la ley.

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se aborda los principales ingresos y egresos que se realiza para el normal funcionamiento de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, sean fondos destinados para la edificación de la planta, adquisición de maquinaria, equipo, herramientas, insumos o la contratación de personal administrativo y operativo, contrastado con las entradas de dinero por concepto del servicio de faenamiento y permiso veterinario sanitario.

6.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, compone el volumen de la inversión en tres rubros principales a tomar en cuenta, que se encuentran agrupados de la siguiente forma:

Tabla N. 81 Estructura de la Inversión

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos fijos	364.990,00
Activos diferidos	2.500,00
Capital de trabajo	6.635,00
TOTAL	374.125,00

Elaboración: La Autora

6.1.1. ORIGEN DE LA INVERSIÓN

Para este capítulo se consideró los aspectos que intervienen en la conformación del capital, en donde se toma en cuenta que el Municipio de San Pedro de Huaca, tiene la competencia absoluta sobre el tema de la

organización, administración y funcionamiento de la empresa de rastreo. Los fondos necesarios, se encuentran estipulados a continuación:

Tabla N. 82 Fuente de la Inversión

Descripción	Valor	%
Capital Propio Municipio de Huaca	299.300,00	80
Capital Financiado Banco del Estado BEDE	74.825,00	20
Total	374.125,00	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 57



Elaboración: La Autora

6.1.2. Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

Tabla N. 83 Costo de Oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio Municipio de HUACA	299.300,00	80	4,53	362,40
Capital Financiado Banco del Estado BEDE	74.825,00	20	8,17	163,40
Total	374.125,00	100	12,7	525,80

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.1.2.1. Tasa de Redescuento o de Rendimiento Medio

Costo de capital= 5,26%
Inflación = 4,10%
TRM = $(1+CK)(1+i)-1$
TRM = $(1+0,0526)(1+0,0410)-1$
TRM = 9,58%

6.2. INVERSIONES

6.2.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, requiere para la puesta en marcha del proyecto agrupar la inversión en tres tipos de cuentas, siendo estas: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Entre los activos fijos que son necesarios para la empresa están:

6.2.1.1. Terreno

Este bien, es el que proporciona el espacio físico adecuado para la construcción de la empresa de rastro, el cual dispone de los servicios básicos y reúne una serie de características técnicas que hacen permisible la construcción de la planta de faenamiento y oficinas administrativas.

Tabla N. 84 Activo Fijo Terreno

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	M2	10.000,00	0,70	7.000,00
Total				7.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.1.2. Infraestructura

En este rubro se estimó las obras civiles y arquitectónicas que obligatoriamente se debe erogar.

Tabla N. 85 Activo Fijo Infraestructura

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Galpón para corrales	M ²	130	200,00	26.000,00
Nave de faenamiento y procesamiento	M ²	250	300,00	75.000,00
Cuarto frio	M ²	80	250,00	20.000,00
Piscina para decantación	M ²	50	180,00	9.000,00
Oficinas administrativas	M ²	30	220,00	6.600,00
Cerramiento y Obras Complementarias	M ²	-	-	60.000,00
Total				196.600,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Aclarando que los precios se basaron en el histórico de la cámara de la construcción de Quito a marzo del 2013

6.2.1.3. Vehículo

Se considera además la adquisición de un vehículo que cumpla con las funciones de traslado y entrega de los productos cárnicos procesados.

Tabla N. 86 Activo Fijo Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Camión Tipo Furgón	1	40.000	40.000,00
TOTAL			40.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.1.4. Maquinaria y Equipo

Uno de los principales aspectos es el del equipamiento de la planta, tanto a nivel operativo como administrativo, se lo hizo en base a consideraciones técnicas de la FAO, organización que se ha preocupado por emitir criterios para el manejo adecuado del faenamiento de animales para el consumo humano y que son valederos a nivel mundial.

Se encuentra dividido en los siguientes rubros;

Tabla N. 87 Mobiliario, Maquinaria y Equipo Bovinos - Ovinos

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Puerta	670,00	670,00
1	Noqueador no penetrador	7.620,00	7.620,00
1	Balanceador para noqueador	790,00	790,00
1	Tecle eléctrico móvil de 2 toneladas	530,00	530,00
1	Exanguinador	3.590,00	3.590,00
1	Cortador neumático de patas	3.580,00	3.580,00
1	Balanceador para cortador de patas AL	450,00	450,00
1	Tecle fijo de 1 tonelada	3.360,00	3.360,00
1	Sierra descueradora con hoja de corte	1.680,00	1.680,00
1	Descueradora de tambor	8.400,00	8.400,00
1	Sierra para esternón	3.136,00	3.136,00
1	Balanceador para sierra	3.230,00	3.230,00
1	Sierra para canales	9.000,00	9.000,00
24	Hojas de corte para sierra	21,00	504,00
1	Balanceador para sierra de canales	2.500,00	2.500,00
1	Plataforma oleo neumática	8.960,00	8.960,00
Total			58.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Tabla N. 88 Mobiliario, Maquinaria y Equipo Porcinos

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.UNIT.	V. TOTAL
1	Puerta	600,00	600,00
1	Jaula	300,00	300,00
1	Aturdidor eléctrico	3400,00	3400,00
1	Peladora de cerdos	12.300,00	12.300,00
1	Escaldadora de cerdos a gas	7.700,00	7.700,00
2	Tecle fijo de 1/2 tonelada	3.100,00	6.200,00
1	Tecle fijo de 1 tonelada	3.500,00	3.500,00
1	Lavadora de panzas y librillos	12.000,00	12.000,00
		Total	46.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.1.5. Equipos y Materiales Técnicos

Son los accesorios que complementan el equipamiento en general y que pueden ser utilizados tanto en el proceso de faenamiento de porcinos, bovinos u ovinos.

Tabla N. 89 Equipos y Materiales Técnicos

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Planta para cuarto frio	6.000,00	6.000,00
3	Balanza	250,00	750,00
3	Enfriador panorámico	700,00	2.100,00
1	Esterilizador	250,00	250,00
15	Cubetas plásticas	10,00	150,00
1	Anaquel para fármacos	150,00	150,00
1	Cilindro para gas industrial	100,00	100,00
TOTAL			9.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.1.6. Muebles y Enseres

Se incluyen los elementos que sirven para equipar y brindar facilidades para el trabajo en las oficinas administrativas

Las estimaciones corresponden a un equipamiento mínimo requerido, que se consideran en función de la operatividad.

Tabla N. 90 Muebles y Enseres

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Escritorio modular tipo gerente	150,00	300,00
4	Estaciones de trabajo	450,00	1.800,00
1	Silla tipo gerente	120,00	120,00
4	Sillas giratorias tipo secretaria	30,00	120,00
10	Sillas fijas tipo secretaria	30,00	300,00
5	Archivadores metálicos verticales	90,00	450,00
Total			3.090,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.1.7. Equipo de Computación

Para este ítem se ha tomado en cuenta los aparatos informáticos que se necesitan en determinados puestos de trabajo, con la finalidad de operacionalizar las tareas administrativas y a la vez de por medio de estos equipos permitir llevar un control del trabajo realizado.

Los equipos informáticos son los siguientes:

Tabla N. 91 Equipo de Computación

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
5	Computadores	900,00	4.500,00
TOTAL			4.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.1.8. Equipo de Oficina

En lo que respecta a los equipos de oficina, en este apartado se incluyen los instrumentos que sirven tanto para la comunicación interna como a nivel externo en la empresa.

Tabla N. 92 Equipo de Oficina

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Impresora	170,00	170,00
1	Teléfono Fax	130,00	130,00
TOTAL			300,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

La Empresa Municipal de Rastro “La Purita”, a pesar de ser un ente supeditado a la Municipalidad del Cantón San Pedro de Huaca, tiene formato comunicacional independiente.

6.2.2. RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Las inversiones que se deben realizar están repartidas, de acuerdo a la necesidad de disponibilidad de espacio físico para ubicar la planta de

faenamiento, la construcción de espacios físicos adecuados para el manejo y manipulación tanto de animales en pie, de las tres especies, como de los productos obtenidos en base al sacrificio de los mismos. Después se consideró el transporte que sirve para el traslado de piezas de carne hasta los puntos de venta de cárnicos, a continuación se presupuesta los equipos y maquinarias de la planta de faenamiento para concluir con la valoración de los equipos y materiales de oficina.

Tabla N. 93 Resumen de Inversiones en Activos Fijos

Descripción	Valor Total
Terreno	7.000,00
Infraestructura	196.600,00
Vehículo	40.000,00
Presupuesto Mob. Maq. y Eq. Bovinos - Ovinos	58.000,00
Presupuesto Mob. Maq. y Eq. Porcinos	46.000,00
Equipos y Materiales Técnicos	9.500,00
Muebles y enseres	3090,00
Equipo de computación	4.500,00
Equipo de oficina	300,00
Total	364.990,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.3. ACTIVOS DIFERIDOS

6.2.3.1. Gastos de Constitución

Son los fondos que se destinan para el pago por el diseño, desarrollo y evaluación del proyecto:

Tabla N. 94 Gastos de Constitución

Descripción	Valor
Estudios	2.000,00
Legalización y Constitución	500,00
Total	2.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.4. CAPITAL DE TRABAJO

Para esta cuenta se aprovisiona valores económicos para un mes de funcionamiento, ya que el proyecto no percibirá ingresos en ese periodo.

Tabla N. 95 Capital de Trabajo

Descripción		Valor Total
Resumen costos operativos		3.240,00
Sueldos y Salarios (-FR)	2.790,00	
Insumos de planta	450,00	
Resumen gastos administrativos		3.345,00
Sueldos y salarios (-FR)	3.050,00	
Servicios básicos	115,00	
Servicio telefónico	70,00	
Combustible	100,00	
Suministros y materiales	10,00	
Resumen gastos de ventas		50,00
Publicidad	50,00	
TOTAL		6635,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.5. INGRESOS

6.2.5.1. Ingresos proyectados

Los ingresos se determinaron en función de la demanda total anual del peso consumible de los animales faenados, que se transforma a unidades proyectadas, sumando, los porcinos, bovinos y ovinos. Como el proyecto está diseñado para un horizonte de cinco, entonces a cada año subsiguiente le corresponde la respectiva cuota adicional de mercado, considerando que todos los animales que se van a comercializar o consumir en el Cantón San Pedro de Huaca, deben cumplir con la ordenanza Municipal de obtener el respectivo un certificado sanitario y deben ser faenados en la Empresa Municipal de Rastro “La Purita. Por lo que se tiene:

Tabla N. 96 Ingresos proyectados

Descripción	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades proyectadas	13.680	14.241	14.825	15.433	16.065	16.724
Certificado sanitario	5 usd	71.205,00	74.125,00	77.165,00	80.325,00	83.620,00
Servicio de faenamiento	6 usd	85.446,00	88.950,00	92598,00	96390,00	100.344,00
Total		156.651,00	163.075,00	169.763,00	176.715,00	183.964,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: La Autora

6.2.6. EGRESOS

6.2.6.1. Presupuestos de Costos y Gastos

Este parámetro se subdivide en; costos operativos, gastos administrativos, gastos financieros y gastos de ventas.

6.2.6.2. Costos Operativos de los Servicios

6.2.6.2.1. Costos del Servicio de Certificación Sanitaria

Este certificado consiste en la revisión ante-mortem de los animales con la finalidad de detectar algún tipo de irregularidad en la salud de los mismos, que impidan o permitan el consumo de la población.

Tabla N. 97 Proyección Mano de Obra Operativa Certificación Sanitaria

Descripción	Remuneración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Veterinario	8992,80	9.361,50	9.745,33	10.144,88	10.560,83	10.993,82
Faenador (1)	4915,64	5.117,18	5.326,99	5.545,39	5.772,75	6.009,44
Total	13908,44	14.478,68	15.075,32	15.690,27	16.333,58	17.003,26

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.6.2.2. Costos del Servicio de Faenamiento

En este aspecto se incluye los rubros correspondientes, al pago de personal operativo exceptuando el servicio de certificación sanitaria.

Tabla N. 98 Proyección Mano de Obra Operativa Servicio de Faenamiento

Descripción	Remuneración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe Operaciones	8.992,80	9.361,50	9.745,33	10.144,88	10.560,83	10.993,82
Faenador (2)	9.831,28	10.234,36	10.653,97	11.090,78	11.545,51	12.018,87
Mantenimiento	4.915,64	5.117,18	5.326,99	5.545,39	5.772,75	6.009,44
Aseo y limpieza	4.915,64	5.117,18	5.326,99	5.545,39	5.772,75	6.009,44
Total	28655,36	29.830,22	31.053,28	32.326,44	33.651,84	35.031,57

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.6.2.3. Costos Insumos de planta

Para el calcular los valores referenciales de estos materiales, se precisó un valor monetario global

Tabla N. 99 Insumos operativos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Fármacos veterinarios	200,00	2.400,00
Productos químicos	100,00	1.200,00
Material de limpieza	150,00	1.800,00
Total	450,00	5.400,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Tabla N. 100 Insumos Proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fármacos veterinarios	2.498,40	2.600,83	2.707,47	2.818,47	2.934,03
Productos químicos	1.249,20	1.300,42	1.353,73	1.409,24	1.467,02
Material de limpieza	1.873,80	1.950,61	2.030,60	2.113,86	2.200,52
Total	5.621,40	5.851,86	6.091,80	6.341,57	6.601,57

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.6.3. Resumen de Costos Operativos Proyectados

Con la finalidad de reconocer los costos operativos y su prospección futura, se procedió a ejecutar el resumen de costos los cuales agruparon los valores concernientes a esta cuenta.

La proyección se la realiza para cinco años del proyecto de la Empresa Municipal de Rastro “La Purita”.

Tabla N. 101 Costos Operativos Proyectados

Descripción	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos del Servicio de Certificación Sanitaria	13.908,44	14.478,68	15.072,32	15.690,27	16.333,58	17.003,26
Costos del Servicio de Faenamiento	28.655,38	29.830,22	31.053,28	32.326,44	33.651,84	35031,57
Costos Insumos de planta	5.400,00	5,621,40	5,851,88	6.091,80	6.341,57	6.601,57
Total	47.963,82	49.930,30	51.977,48	54.108,51	56.326,99	58.636,40

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Sumados estos valores económicos se tiene la proyección de los costos operativos del proyecto.

6.2.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Se consideran todos los gastos que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todas las erogaciones monetarias que se realizan por causa del personal administrativo. En este caso se incluye, salarios del personal administrativo; servicios básicos, servicios de comunicación, suministros y materiales, las depreciaciones, además de incluir un valor para los posibles imprevistos que puedan presentarse en el funcionamiento de la empresa.

Por lo queda:

Tabla N. 102 Gastos Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	47.891,10	49.854,64	51.898,68	54.026,52	56.241,61
Servicios Básicos	1.436,58	1.495,48	1.556,79	1.620,62	1.687,07
Servicios de Comunicación	874,44	910,29	947,61	986,47	1.026,91
Combustible, repuestos y mantenimiento	1.249,20	1.300,42	1.353,73	1.409,24	1.467,02
Suministros y materiales	124,92	130,04	135,37	140,92	146,70
Depreciación Equipos y Maquinaria	10.215,00	10.215,00	10.215,00	10.215,00	10.215,00
Depreciación Vehículo tipo Furgón	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Depreciación Muebles y Enceres de oficina	278,10	278,10	278,10	278,10	278,10
Depreciación Equipo de Computación	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.405,35	1.405,35
Depreciación Equipo de Oficina	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Imprevistos 1%	706,46	727,61	749,62	773,09	796,95
Total	71.532,80	73.488,58	75.711,90	78.082,31	80.491,71

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.8. GASTOS DE VENTAS

En el aspecto publicitario se considera pertinente entregar de forma mensual con las planillas de pago de agua potable hojas volantes, que

contenga propaganda de la empresa Municipal de Rastro y los beneficios de consumir cárnicos técnicamente tratados.

La estimación de este rubro es una cantidad baja en razón de la incidencia que tiene el proyecto en la población, además de que a actualmente son deliberantes en las acciones, metas u objetivos que tenga el Municipio de San Pedro de Huaca, se consideró que el tema ha pasado por mesas de debate a nivel del Cantón y ha sido debidamente socializado.

Tabla N. 103 Proyección Anual Gastos de Ventas

Descripción	Valor Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hojas volantes	50,00	52,05	54,18	56,41	58,72	61,13
Total	50,00	52,05	54,18	56,41	58,72	61,13

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.9. GASTOS FINANCIEROS

Como gastos financieros se suscribe el interés que se genera y al que le corresponde una cuota de paga por concepto del crédito bancario. Y se tiene:

Tabla N. 104 Proyección Gastos Financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	6.113,20	4.890,56	4.116,87	2.445,28	1.222,64
Total	6.113,20	4.890,56	4.116,87	2.445,28	1.222,64

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.10. RESUMEN DE EGRESOS TOTALES

Sumando los valores correspondientes

Tabla N. 105 Egresos Totales Proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos operativos de los servicios	49.930,30	51-977,48	54.108,51	56.326,99	58.636,40
Gastos Administrativos	71.352,80	73.488,58	75.711,90	78.082,31	80.491,71
Gastos de Ventas	52,05	54,18	56,41	58,72	61,13
Gastos Financieros	5.647,13	4.575,55	3.413,06	2.151,96	783,88
Gastos Amortización Diferidos	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Total	127.482,28	130.595,79	133.789,88	137.119,98	140.473,12

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.11. FINANCIAMIENTO

Para completar la inversión se debe incurrir en un préstamo que cubra la totalidad de los fondos requeridos para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla de amortización préstamo

Datos

Capital 74.849,43

Tasa 8,17%

Tiempo 5
Cuota Anual

Tabla N. 106 Amortización del Préstamo

Periodo	Cuota	Interés	Pago al Principal	Saldo Insoluto
0				74.825,00
1	18.279,31	5.647,13	12.632,18	62.192,82
2	18.279,31	4.575,55	13.703,77	48.489,05
3	18.279,31	3.413,06	14.866,26	33.622,80
4	18.279,31	2.151,96	16.127,36	17.495,44
5	18.279,31	783,88	17.495,44	17.495,44
Total	91.396,57	16.571,57	74.825,00	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.12. DEPRECIACIONES

Para el cálculo de las depreciaciones, se construyó la tabla:

Tabla N. 107 Depreciación Activos Fijos

Detalle	Valor de Compra	Valor Residual	Base de Depreciación	Vida Útil
Equipos Y Maquinaria	113.500,00	11.350,00	102.150,00	10
Vehículo tipo Furgón	40.000,00	4.000,00	36.000,00	5
Muebles y enseres oficina	3.090,00	309,00	2.781,00	10
Equipo de Computación	4.500,00	450,00	4.050,00	3
Reposición equipo computación	4.684,50	468,45	4.216,05	3
Equipo Oficina	300,00	30,00	270,00	10

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Luego de valorar las depreciaciones respectivas a cada elemento de los activos fijos, de proceder a proyectar por años, teniendo en cuenta al final el valor de salvamento, de los mismos.

Tabla N. 108 Depreciación con Valor de Salvamento

DETALLE	AÑOS					VALOR DE SALVAMENTO	VALOR RESIDUAL
	1	2	3	4	5		
Equipos y Maquinaria	10.215,00	10.215,00	10.215,00	10.215,00	10.215,00	51075,00	11350,00
Vehículo tipo Furgón	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	-	4.000,00
Muebles y enseres oficina	278,10	278,10	278,10	278,10	278,10	1.390,50	309,00
Equipo de Computación	1.350,00	1.350,00	1.350,00	-	-	-	450,00
Reposición Equipo Computo	-	-	-	1405,35	1405,35	1405,35	468,45
Equipo de Oficina	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	135,00	30,00
Total	19.070,10	19.070,10	19.070,10	19.125,45	19.125,45	54.005,85	16.607,45

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.13. AMORTIZACIONES

Para el cálculo de esta cuenta, se considera los activos diferidos, que son las erogaciones por concepto de legalización de la empresa. Entonces se tiene:

Tabla N. 109 Proyección de Amortizaciones

Descripción	Valor Inicial	Amortización Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Diferidos	2500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

6.2.14. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO LARGO PLAZO	
Capital de trabajo	6.635,00	Préstamo por pagar	74.825,00
ACTIVOS FIJOS		CAPITAL	
Terreno	7.000,00	Inversión Propia	299.300,00
		Municipio de Huaca	
Vehículo	40.000,00	TOTAL CAPITAL	299.300,00
Infraestructura	196.600,00		
Presupuesto Mob. Maq. Y Eq. Porcinos	46.000,00		
Presupuesto Mob. Maq. Y Eq. Bovinos - Ovinos	58.000,00		
Equipos y Materiales Técnicos	9.500,00		
Muebles y enseres	3.090,00		
Equipo de computación	4.500,00		
Equipo de oficina	300,00		
Activo diferido			
Estudio de Factibilidad	2000,00		
Legalización y Constitución	500,00		
TOTAL ACTIVOS	374.125,00	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL	374.125,00

Elaboración: La Autora

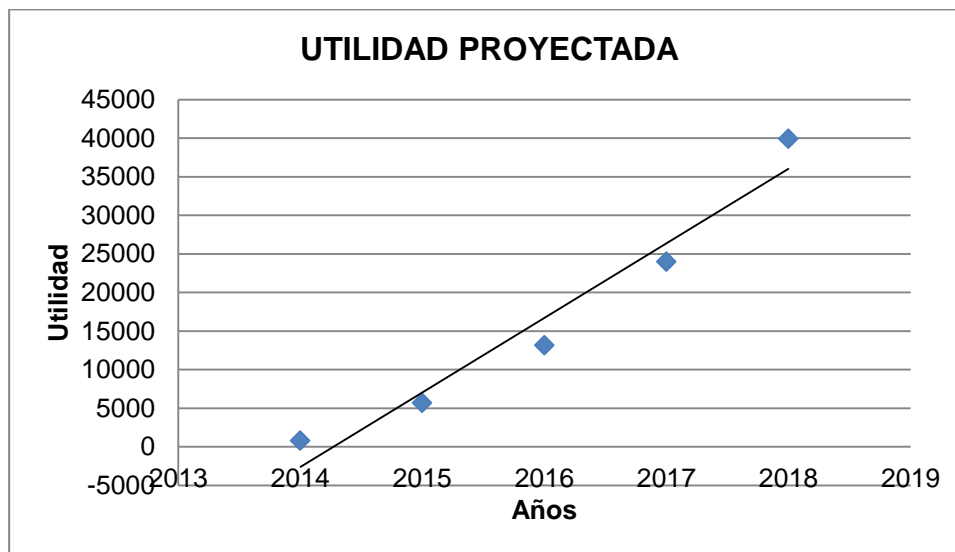
6.2.15. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla N. 110 Estado de Resultados Proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos proyectados	156.651,00	163.075,00	169.763,00	176.715,00	183.964,00
Costos operativos	49.930,30	51.977,48	54.108,51	56.326,99	58.636,40
Utilidad Bruta	106.720,70	73.488,58	75.711,90	78.082,31	80.491,71
Gastos Administrativos	71.352,80	73.488,58	75.711,90	78.082,31	80.491,71
Gastos de Ventas	52,05	54,18	56,41	58,72	61,13
Depreciación	19.070,1	19.070,1	19.070,1	19.125,45	19.125,45
Amortización Diferidos	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Utilidad Operativa	15.745,75	17.984,66	20.316,08	22.621,53	25.149,31
Gastos financieros Intereses	5.647,13	4.575,55	3.413,06	2.151,96	783,88
Utilidad antes de reparto	10.098,62	13.409,11	16.903,02	20.469,57	24.365,43

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 58



Elaboración: La Autora

6.2.16. FLUJO DE CAJA

Tabla N. 111 Flujo de Caja Proyectado con Protección

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Inversión Inicial	74.825,00					
(=) Utilidad Neta		10.098,62	13.409,11	16.903,02	20.469,57	24.365,43
Depreciación		19.070,10	19.070,10	19.070,10	19.125,45	19.125,45
Valor de Rescate						54005,85
Otros						
(=) Total Ingresos		29.168,72	32.479,21	35.973,12	39.595,02	97.496,73
Egresos						
Pago al principal		12.632,18	13.703,77	14.866,26	16.127,36	17.495,44
Compra Equipo de Computo					4684,5	
(=) Total egresos		12.632,18	13.703,77	14.866,26	20.811,86	17.495,44
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO						
	74.825,00	16.536,54	18.775,44	21.106,86	18.783,16	80.001,29

Elaboración: La Autora

6.2.17. EVALUACIÓN FINANCIERA

En este apartado se consideran las comparaciones entre los diferentes componentes que intervienen en la en la evaluación financiera que son análisis de tipo fundamental a la hora de valorar la conveniencia de ejecutar cualquier proyecto de inversión.

Es importante recordar que los recursos con los que cuenta la empresa son escasos, por lo que es necesario definir con claridad los términos de la inversión.

6.2.17.1. Valor Actual Neto

El cálculo de esta razón financiera, se la hace utilizando la sumatoria de los flujos de caja actualizados a una tasa mínima de rendimiento, sustraídos de la inversión inicial.

Tabla N. 112 Flujos Actualizados

Año	Inversión Inicial	Entradas de Efectivo	Factor de Descuento 9,58%	Entradas Actuales
0	74.825,00			
1		16.536,54	0,912575	15.090,84
2		18.775,44	0,832794	15.636,07
3		21.106,86	0,759987	16.040,94
4		18.783,16	0,693545	13.026,97
5		80.001,29	0,632912	50.633,80
VAN				110.428,62
(-) Inversion Inicial				74.825,00
PVN				35.603,62

Elaboración: La Autora

A continuación, se hizo una comparación de los flujos de caja actualizados a valor presente contra la inversión realizada, obtenido un resultado positivo lo cual implica la viabilidad del proyecto.

Fórmula para calcular el VAN:

$$\text{Valor Actual Neto} = \frac{\sum \text{Flujos de Caja}}{(1 + t)^n \text{ periodos}}$$

El principio que rige el VAN es

$VAN > 1$ proyecto aprobado, entonces;

$VAN = \$ 35.603,62 > 1$ proyecto aprobado

6.2.17.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se sugiere una tasa de actualización que afectada a los flujos efectivos cuya sumatoria tiende a ser igual a la inversión inicial. Para el cálculo de la TIR se utilizó la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + \left[(Ts - Ti) * \left(\frac{VANp}{VANp - VANn} \right) \right]$$

En donde:

Ti = Tasa inferior arbitraria

Ts = Tasa superior arbitraria

$VANp$ = VAN positivo

$VANn$ = VAN negativo

TASA	VAN
9.58%	35.603,62
23%	- 1.005,07

Entonces queda:

Tasas	VAN
Referenciales	Referencial
$\begin{bmatrix} 9.58\% \\ x \\ 23\% \end{bmatrix}$	$\begin{bmatrix} 35.603,62 \\ 0 \\ - 1.005,07 \end{bmatrix}$

$$\frac{9.58\% - 23\%}{9.58\% - x} = \frac{35.603.62 - (- 1.005,07)}{35.603,62}$$

$$x = 2,64\%$$

Por lo que se puede interpretar que por cada dólar invertido se genera rentabilidad.

6.2.17.3. Índice de Rentabilidad Costo Beneficio(IRBC)

Para el cálculo del IRBC, se evalúa los costos y gastos con los ingresos percibidos actualizados.

Tabla N. 113 Actualización de Ingresos y Gastos

Años	Ingresos	Costos y Gastos	Ingresos Actualizados	Costos y Gastos Actualizados
			Tasa 9,58%	
1	156.651,00	147.018,45	142.955,83	133.740,00
2	163.075,00	149.980,90	135.807,83	124.640,80
3	169.763,00	154.337,48	129.017,66	116171,58
4	176.715,00	158.210,34	122.559,85	108.363,28
5	183.964,00	160.037,33	116.433,07	101.011,89
TOTAL			646.774,24	583.927,64

Elaboración: La Autora

$$B/C = \frac{\sum \text{ingresos actualizados}}{\sum \text{egresos actualizados}}$$

$$B/C = \frac{646.774,24}{583.927,64}$$

$$B/C = 1,10$$

El análisis del beneficio costo indica que por cada dólar invertido en el proyecto se generara 1,10 dólares adicionales.

6.2.17.4. Periodo de Recuperación de la Deuda

Es un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo y determinar el tiempo que se calcula para recuperar la deuda.

Tabla N. 114 Tiempo de Recuperación de la Deuda

Periodos	Flujos Actualizados	Flujos Actualizados Acumulados	
0		-74.825,00	
1	15.090,84	-59.734,16	1 año
2	15.636,07	-44.098,09	2 año
3	16.040,94	-28.057,15	3 año
4	13.026,97	-15.030,18	4 año
5	50.633,80	35.603,62	+5 año

Elaboración: La Autora

Fórmula de cálculo del indicador

$$PRI = P + \left[\frac{SN_i}{SN_i - SP_i} \right]$$

En donde:

P = Periodo de recuperación próximo

SNi = Saldo negativo inferior

SNp = Saldo positivo inferior

El tiempo de recuperación de la deuda es de 4 años, 6 meses,

6.2.17.5. Punto de Equilibrio

Para establecer este parámetro es necesario determinar tanto los costos fijos como los variables del

Tabla N. 115 Identificación de Costos y Gastos

Costos Y Gastos	Tipo	Valor Anual
Mano de Obra	Variable	42.563,80
Costos Indirectos	Variable	5.400,00
Gastos Administrativos	Fijo	47.891,10
Gastos Ventas	Fijo	52,05
Gastos Financieros	Fijo	5.647,13
Gastos Depreciación	Fijo	19.070,10

Elaboración: La Autora

Se calcula en base a la siguiente formula

$$PE = \frac{Cf}{1 - \frac{Cv}{V}}$$

En donde:

Cf = Costo Fijos

Cv = Costo Variables

V = Ventas

Por lo que se determina que al vender 55.465,94 dólares se cubre los costos y gastos del proyecto y la actividad no genera ni perdida ni ganancia.

CAPITULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

7. IMPACTOS

7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.2. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS

Luego de haber realizado el presente estudio de factibilidad es posible estimar los impactos que va a generar el proyecto en los diferentes ámbitos de actividad, sea de forma implícita o explícita. Al ser una propuesta, que tiene que ver con el consumo de productos cárnicos de, así como las condiciones de faenamiento, despiece, transporte, traslado, y comercialización de la carne, así como también las condiciones de salud de los animales y el respeto de aspectos de salubridad de los comerciantes, del sector, el proyecto tiene como finalidad primera el salvaguardar la salud de la Población del Cantón Huaca. Es por esto que en tabla a continuación se predetermina valores numéricos para valoración matemática de los impactos.

Tabla N. 116 Niveles de Impacto

VALOR	DESCRIPCIÓN
3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

Elaborado por: La Autora

7.3. IMPACTO SOCIAL

Dentro de lo previsto, este es uno de los aspectos de mayor relevancia, por el grado de incidencia que tiene el proyecto, ya que el GAD Municipal de Huaca tiene la obligatoriedad y la potestad de velar, por el desarrollo armónico e integral de la población, adoptando estrategias o creando organismos que velen por mejorar la calidad de vida de la población. En este ámbito uno de los aspectos más importantes para la ciudadanía de Huaca es el que se adopten medidas que permitan conservar la salud, por medio de la ingesta de productos cárnicos técnica e higiénicamente tratados.

Tabla N. 117 Evaluación del Impacto Social

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Reducción de problemas de salud por consumo de carnes en mal estado							x	3
2	Disponibilidad de alimentos ricos en proteínas aptos para el consumo humano							x	3
3	Conservación de la salud a largo plazo						x		2
4	Mejoramiento de la calidad de vida de la población						x		2
Total							4	6	Σ10

Elaborado por: La Autora

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{10}{4} = 2,50 \approx 3$$

$$\text{IMPACTO POSITIVO ALTO} = 3$$

7.4. IMPACTO AMBIENTAL

En orden consecutivo, se estima conveniente evaluar el aspecto netamente ecológico de la propuesta, pues al momento todos los desechos que genera la actividad de faenamiento no son tratados de forma adecuada.

Lo que se propone en el apartado de presupuestos es la construcción de una piscina para la decantación de desechos líquidos, ya que los sólidos generalmente se venden para usos alternativos que no son el consumo. Esta fosa, cumple además las funciones de compactar desechos que posteriormente se utilizan, como alimentos o fertilizantes y las aguas residuales se destinan a una zona de bosque, para su nitrogenación.

Tabla N. 118 Evaluación del Impacto Ambiental

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Manejo adecuado de desechos							X	3
2	Tratamiento de desechos sólidos						x		2
3	Tratamiento de desechos líquidos						x		2
4	Respeto al medio ambiente							X	3
Total							4	6	Σ10

Elaborado por: La Autora

$$\text{IMPACTO AMBIENTAL} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO AMBIENTAL} = \frac{10}{4} = 2,5 \approx 3$$

$$\text{IMPACTO POSITIVO ALTO} = 3$$

7.5. IMPACTO ECONÓMICO

En este referente, hay que tomar en cuenta que al ser un proyecto que integra, tres sectores de la población, como son sector público representado por el Municipio de Huaca, la población de consumidores, los comercializadores de carne, es primordial considerar que todos y cada uno de los actores recibirán algún tipo de beneficio económico. Puntualizando, se generan nuevas fuentes de ingresos, para el sector productivo de crianza de animales se presenta una dinamización en la venta de animales en pie, se estimula la comercialización de estos productos, además de disponer de plazas de trabajo de personal formal e informal del sector.

Tabla N. 119 Evaluación del Impacto Económico

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Desarrollo de la productividad							x	3
2	Incremento de la comercialización de cárnicos							x	3
3	Impulso a la generación de empleo directo e indirecto.						x		2
4	Generación de nuevos ingresos						x		2
Total							4	6	Σ10

Elaborado por: La Autora

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{10}{4} = 2,50 \approx 3$$

$$\text{IMPACTO POSITIVO ALTO} = 3$$

7.6. IMPACTO EMPRESARIAL

Al ser una propuesta innovadora, en el sector, se estimula la creación de nuevas empresas que se dediquen algún tipo actividad relacionada con la crianza de ganado, venta de insumos para el mantenimiento de estos, fármacos, atención veterinaria entre otros.

La cuestión de la comercialización también se afecta directamente, ya que se dispondrá de productos cárnicos, en excelentes condiciones para el consumo, lo que representa una fuente de ingresos permanente, además de impulsar servicios adicionales que la empresa municipal de rastro necesitaría para cumplir con su diaria labor.

Tabla N. 120 Evaluación del Impacto Empresarial

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Creación de empresas relacionadas complementarias						x		2
2	Organización empresarial					x			1
3	Productividad y competitividad						x		2
4	Rentabilidad financiera							x	3
Total						1	4	3	Σ8

Elaborado por: La Autora

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{8}{4} = 2$$

$$\text{POSITIVO MEDIO} = 2$$

7.7. IMPACTO EDUCATIVO

Para este efecto hay que tomar en cuenta que, la población, desarrolla una nueva percepción y concepción del hábito alimenticio, como es la de adquirir productos aconsejables para el consumo humano, se incentiva el impulso de la salud por la ingesta reiterada de proteínas, que el cuerpo humano necesita para mantenerse saludable. Otro ámbito es que las personas se acostumbraran a consumir alimentos técnicamente e higiénicamente tratados, es decir se crea una costumbre de esperar que todo lo que se expendia para el consumo de la población debe observar los parámetros anteriormente mencionados.

Tabla N. 121 Evaluación del Impacto Educativo

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Mejoramiento de los hábitos de consumo							x	3
2	Concientización de la salud						x		2
3	Exigencia en el cumplimiento de normas técnicas y de higiene						x		2
4	Establecimiento de nuevos conocimientos							x	3
Total							4	6	Σ10

Elaborado por: La Autora

$$\text{IMPACTO EDUCATIVO} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO EDUCATIVO} = \frac{10}{4} = 2,5 \approx 3$$

$$\text{IMPACTO POSITIVO ALTO} = 3$$

7.8. MATRIZ GENERAL

Luego de valorar individual e independientemente los impactos que, a nivel del proyecto se generan, es posible realizar una cuantificación promedio general, como se evidencia a continuación;

Tabla N. 122 Matriz de Evaluación General de los Impactos

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	IMPACTO AMBIENTAL							x	3
2	IMPACTO ECONÓMICO						x		2
3	IMPACTO EMPRESARIAL							x	3
4	IMPACTO EDUCATIVO							x	3
	Total						2	9	Σ11

Elaborado por: La Autora

$$\text{IMPACTO GENERAL} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO GENERAL} = \frac{11}{4} = 2,75 \approx 3$$

$$\text{IMPACTO GENERAL} = 3$$

En términos generales se puede describir que el proyecto de creación de una empresa de rastro con nombre jurídico la Purita, en el Cantón San Pedro de Huaca, Provincia del Carchi, representa una obra pública que interviene integralmente en el desarrollo del Cantón, por el aporte que representan en diferentes ámbitos, ya que después de realizar los respectivos cálculos, se determinó que cuantitativamente se tendrá un Impacto Positivo Alto por lo que plantea una expectativa de implementar la propuesta, en tanto se mantengan las condiciones investigadas.

CONCLUSIONES

Del contenido del estudio se debe resaltar varios puntos que deben ser considerados básicos y que permiten concluir que el presente proyecto que ofrecerá el servicio de faenamiento en la forma propuesta, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto.

- El servicio de faenamiento eficiente es una necesidad sentida en el Cantón San Pedro de Huaca, puesto que no existe una empresa que proporcione el mismo, basado en normas de calidad e higiene, tendientes a la satisfacción de las necesidades y cumplimiento de expectativas del cliente.
- En el estudio de mercado realizado, se determinó que existe una demanda potencial insatisfecha de 5.400, servicios de certificación sanitaria y faenamiento.
- En el presente proyecto se estableció que la ubicación más adecuada para la Empresa Municipal de Rastro es la calle 5 de Junio y 8 de Diciembre, el mismo que cumple con especificaciones técnicas, sociales y medio ambientales.
- El tamaño del proyecto es su capacidad instalada la misma que cubrirá la demanda potencial insatisfecha, teniendo así para el primer año una demanda de cabezas de ganado porcino, 5.040 de cabeza de ganado Bovino y 2.880 cabezas de ganado ovino, la misma que se incrementa para los próximos años.
- La maquinaria a ser utilizada en los distintos procesos de faenamiento es de fácil manejo por lo tanto no se necesita operadores altamente calificados y de experiencia, sino que a

través de un entrenamiento a los operadores será suficiente para su trabajo, a realizar por la empresa la cual adquirirá la maquinaria.

- Un aspecto importante en el desarrollo de la microempresa es contar con el recurso humano adecuado, para que éste cumpla sus funciones debe tener el conocimiento necesario para la comercialización del servicio que va a vender, atención al cliente, marketing y ventas. Esto permitirá que el recurso humano se encuentre en constante capacitación con el fin de llevar al éxito a la empresa.
- La Ingeniería de Proyectos permitió determinar los aspectos técnicos más relevante que involucra el desarrollo de esta actividad tales como el diseño del proceso, infraestructura, tecnología y otros insumos necesarios para la prestación del servicio.
- El precio tentativo que se ha fijado por el servicio de faenamiento basado en los precios referenciales cobrados por la competencia asciende a 6,00 dólares por el faenamiento y 5,00 dólares por el certificado sanitario.
- Con los datos de la evaluación del proyecto en cuanto al VAN, TIR, punto de equilibrio, y la recuperación de la inversión, se ha demostrado que la Inversión en relación con las entradas de efectivo justifican el desarrollo del proyecto.
- En el Estudio Impacto Ambiental se diseñan las medidas de mitigación, prevención y control de los impactos negativos identificados en dicho estudio, de manera que éstos se mantengan dentro de magnitudes aceptables, a fin de obtener una calidad ambiental compatible con los estándares establecidos por las autoridades competentes.

- Todas las medidas que constan en el Estudio de Impacto Ambiental serán incorporadas al proyecto técnico, tanto en los durante la construcción como en las especificaciones técnicas y manuales de operación y mantenimiento
- Del estudio administrativo y financiero se desprende que el proyecto es totalmente viable ya que se justifica a través de una adecuada organización y generación de utilidades

RECOMENDACIONES

- Es necesario incentivar a las personas a que cambien las normas tradicionales para que opten por acudir a un servicio garantizado.
- Ejecutar este proyecto, puesto que no existen empresas dedicadas a esta actividad y porque se ha demostrado que el proyecto es rentable.
- En toda empresa y actividad humana es preciso la capacitación y para el presente proyecto es indispensable contar con el recurso humano necesario y con conocimientos técnico-científicos, principalmente en el caso del gerente, contador, jefe de ventas y además es indispensable capacitar al resto del equipo en el manejo adecuado del producto.
- Se lograría excelentes resultados, con una capacitación adecuada, con un soporte tecnológico, que permita mejorar la producción ganadera
- Dar la importancia necesaria al comportamiento de la demanda y de la oferta, los precios de mercado y los costos, que permita una

adecuada y oportuna toma de decisiones, pues existe una cantidad considerable de servicios que realmente se requiere para la población, que está en el orden de los 21.240, servicios municipales de rastro.

- Otorgar servicios de calidad, enfocado a la satisfacción del cliente y que supere las expectativas de los mismos, para mantener y capturar la demanda potencial insatisfecha.
- Promocionar el servicio de la Empresa Municipal de Rastro a través de estrategias de mercadotecnia diferenciadas de acuerdo al ciclo de vida del servicio.
- Revisar cuidadosamente todos los meses el análisis financiero para corroborar que los datos sean reales, además es importante invertir tomando muy en cuenta el índice de riesgos y los posibles imprevistos que puedan ocasionarse, a fin de que lo que se haya presupuestado se logre cumplir en el tiempo programado.
- Por lo expuesto anteriormente es factible la formación de la microempresa ya que se ha demostrado de manera técnica, legal, administrativa, y financiera que es viable y cumple con lo propuesto en el proyecto de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

ÁGUEDA Talaya, E., García de Madariaga, J., Narros Gonzáles, M. J., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E. M., & Saco Vásquez, M. (2006). *Principios marketing*. España: Segunda Edición, Editorial ESIC.

BAENA Graciá, V. (2011). *Fundamentos de marketing: Entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. España: Primera Edición, Editorial UOC.

CALDAS, M., Blanco, C., Carrión, R., & Heras, A. (2011). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: Primera Edición, Editorial Editex S.A.

CASANOVAS, A., & Cuatrecasas, L. (2012). *Logística integral*. España: Primera Edición, Editorial Profit .

CÓRDOVA Padilla, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones.

DER Berghe R., E. V. (2005). *Gestión y gerencia empresariales: aplicadas al siglo XXI*. Colombia: Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones.

FERNÁNDEZ Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Costa Rica: Primera Edición, Editorial Tecnológica de CR.

FLÓREZ Uribe, J. A. (2007). *Proyecto de inversión para las PYME. Creación de empresas*. Colombia: Primera Edición, Editorial ECOE.

GARCÍA, Á. (2004). *Planificación y desarrollo de proyectos sociales y educativos*. México: Primera Edición, Editorial LIMUSA Noriega Editores.

HAMILTON, W. M. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia: Edición Primera, Editorial Convenio Andrés Bello.

ILPES. (2002). *Guía Para la Presentación de Proyectos*. México: Vigésima Edición, Editorial siglo veintiuno editores.

KEAT, P., & Kotler, P. (2011). *Economía de empresa*. México: Cuarta Edición, Editorial Pearson Educación.

LERMA Kirchner, A. E. (2010). *Desarrollo de nuevos productos: una visión integral*. México: Editorial Cengage Learning.

LÓPEZ Rúa, M., & Rivera Camino, J. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. España: Tercera Edición, Editorial ESIC .

LÓPEZ, B., Mas, M., & Viscarri, J. (2010). *Los pilares del marketing*. España: Primera Edición, Editorial Universidad Politécnica de Catalunya.

MORENO García, B. (2006). *Higiene e inspección de carnes*. España: Segunda Edición, Editorial Díaz de Santos.

RAMÍREZ Gallegos, R. (2008). <http://plan.senplades.gob.ec/presentacion>. Recuperado el 27 de 12 de 2012, de <http://plan.senplades.gob.ec/presentacion>: <http://plan.senplades.gob.ec/presentacion>

RAMÍREZ, E., & Margot, C. (2006). *Proyectos de inversión competitivos*. Colombia: Primera Edición, Editorial Universidad Nacional de Colombia.

SAMUELSON, Paul & Nordhaus Willian. (2002). *Clasificación de las Empresas*. España: Primera Edición, Editorial Díaz de Santos.

SAPAG, Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México: Primera Edición, Editorial Pearson Educación.

SORIANO, C. (2010). *Marketing Mix: Concepto, estrategia y aplicaciones*. España: Segunda Edición, Editorial Díaz de Santos.

VEALL, F. (2003). *Estructura y funcionamiento de mataderos medianos en países en desarrollo*. Italia: Primera Edición, Editorial Food & Agriculture Org.

LINCOGRAFÍA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>. (23 de 12 de 2010).
<http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>. Recuperado el 09 de 11 de 2012,
de <http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

http://www.artero.com/index_quienes_somos.php. ((s.f)).
http://www.artero.com/index_quienes_somos.php. Recuperado el 29 de
08 de 2012, de http://www.artero.com/index_quienes_somos.php:
http://www.artero.com/index_quienes_somos.php

<http://www.carnesycortes.com.ar/>. (06 de 2012).
<http://www.carnesycortes.com.ar/>. Recuperado el 15 de 12 de 2012, de
<http://www.carnesycortes.com.ar/>: <http://www.carnesycortes.com.ar/>

<http://www.ingenieriaquimica.net/>. ((s.f) de 2010).
<http://www.ingenieriaquimica.net/>. Recuperado el 20 de 08 de 2012, de
<http://www.ingenieriaquimica.net/>:

<http://www.ingenieriaquimica.net/foros/4-apuntes-trabajos-practicas-examenes/12839-formula-para-fabricar-shampoo>

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/definicion-y-clasificacion-de-sociedades>.
(16 de 11 de 2012). <http://www.sri.gob.ec/web/guest/definicion-y-clasificacion-de-sociedades>. Recuperado el 05 de 11 de 2012, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/definicion-y-clasificacion-de-sociedades>:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/definicion-y-clasificacion-de-sociedades>
Menco Rivera, D. (20 de Octubre de 2010).
<http://www.eumed.net/rev/cccss/10/dmr.htm>. Recuperado el 18 de 23 de 2012, de <http://www.eumed.net/rev/cccss/10/dmr.htm>:
<http://www.eumed.net/rev/cccss/10/dmr.htm>

Sánchez Rodríguez, M. (2010).
http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/01_18_51_tema_17.pdf.
Recuperado el 10 de 12 de 2012, de http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/01_18_51_tema_17.pdf:
http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/01_18_51_tema_17.pdf

<http://www.fao.org/docrep/004/T0566S/T0566S03.htm>

ANEXOS

ANEXO 1

➤ CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA



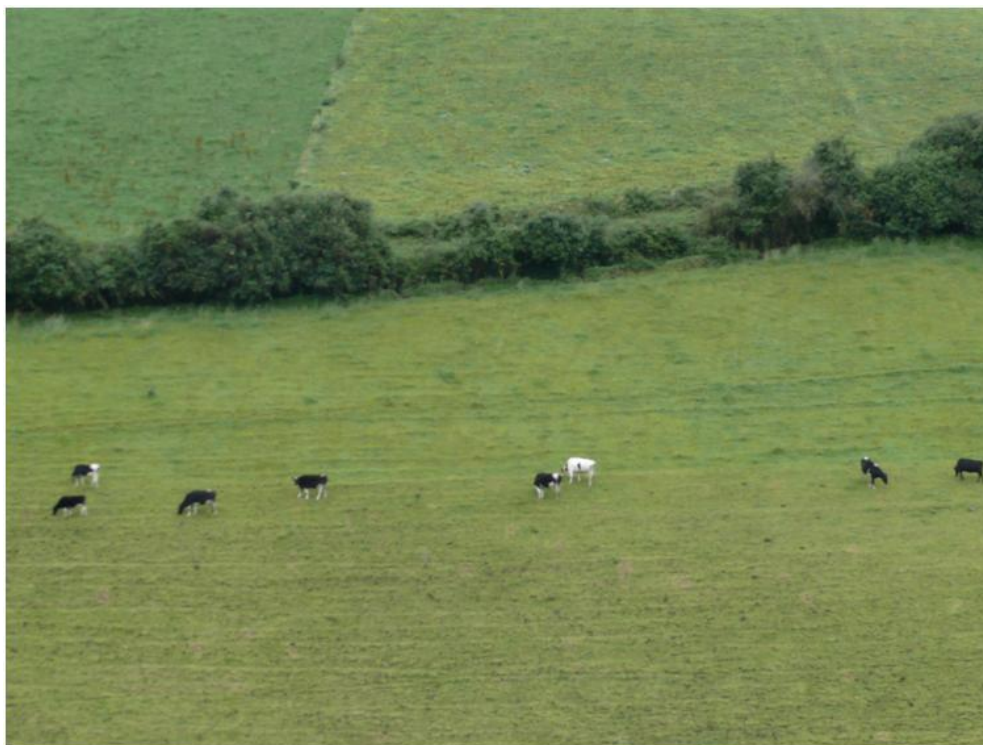
➤ MUNICIPIO SAN PEDRO DE HUACA



➤ **AUTORIDADES Y FUNCIONARIOS DEL MUNICIPIO SAN PEDRO DE HUACA**



➤ LUGAR PARA EDIFICACIÓN EMPRESA MUNICIPAL DE
RASTRO “LA PURITA”.



➤ **PRODUCCIÓN GANADERA DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA**



ANEXO 2

➤ CERTIFICACION DEL MUNICIPIO



ILUSTRE MUNICIPIO DE " SAN PEDRO DE HUACA "

Huaca, 26 de Enero del 2011

Yo, Campo Elías Paspuel, en calidad de Alcalde del Cantón "San Pedro de Huaca", a petición verbal de la parte interesada, me permito extender la presente certificación.

CERTIFICACIÓN:

Que, la Srta. Silvana Sayra Rosero Guiz portadora de la cédula de ciudadanía N° 040144188-6, tiene la apertura y el apoyo de la Municipalidad para realizar el "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI".

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, autorizando hacer uso del presente como creyere conveniente.

Atentamente,

Ab. Campo Elías Paspuel
ALCALDE



ANEXO 3

➤ INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN ENCUESTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES POTENCIALES CÁRNICO: RESTAURANTES.

Objetivo: recabar información con la finalidad de realizar un “Estudio de factibilidad para la creación de la empresa municipal de Rastro en el Cantón san Pedro de Huaca – Provincia del Carchi”.

Instrucciones:

- Sírvase en contestar el siguiente cuestionario con la mayor seriedad y sinceridad, esta encuesta es de carácter anónimo.
- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola x, dentro del cuadro según corresponda su respuesta.

Cuestionario:

1. ¿Con que frecuencia adquiere Ud. carne?

Diariamente	<input type="checkbox"/>	Semanalmente	<input type="checkbox"/>
Quincenalmente	<input type="checkbox"/>	mensualmente	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué cantidad de carne compra a la semana?

1-2		1-2		1-2	
3-4		3-4		3-4	
Res	5-6	Chanco	5-6	Borrego	5-6
	+6		+6		+6
				Otra carne	<input type="checkbox"/>

Cual.....

3. Señale la cantidad de carne que requiere a diario para el expendio.

	0-95		0-60		0-25
Porcino	96-120		61-110		26-50
	121-180	Bovino	111-160	Ovino	51-100

4. ¿El precio de compra de a carne lo considera?

Caro	<input type="checkbox"/>	Módico	<input type="checkbox"/>	Barato	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	--------	--------------------------	--------	--------------------------

5. ¿Cuánto paga Ud. por una libra de carne?

	1,00-1,40	<input type="checkbox"/>		1,00- 1,40
Res	1,41-1,60	<input type="checkbox"/>	Chanco	1,41- 1,60
	1,61-1,80	<input type="checkbox"/>		1,61-1,80
	+ 1,80	<input type="checkbox"/>		+1,81

6. ¿Qué analiza Ud. en el producto cuando lo adquiere?

Precio	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Cantidad	<input type="checkbox"/>	Presentación	<input type="checkbox"/>
Facilidad de preparación	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Cual _____

7. ¿Dónde compra Ud. la carne?

Supermercados	<input type="checkbox"/>	En cual _____
Mercado populares	<input type="checkbox"/>	En cual _____
Tercenas	<input type="checkbox"/>	En cual _____
Frigoríficos	<input type="checkbox"/>	En cual _____
Otros	<input type="checkbox"/>	En cual _____

8. ¿Su proveedor es?

Comerciante ☐ Tercena ☐

9. ¿Cómo considera que es la atención que Ud. brinda a sus clientes?

Personalizada ☐ No personalizadas ☐

10. ¿Cómo califica la atención que recibe en donde Ud. compra la carne?

Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

11. ¿Considera Ud. que se debería construir un camal en el Cantón San Pedro de Huaca?

Si ☐
No ☐

Porque.....

12. ¿Ha escuchado o leído alguna información que está orientada a las Normas de Higiene que debe tener la carne?

Si ☐
No ☐

Porque.....

Nivel de instrucción:.....
Ocupación:.....
Edad:.....

Gracias

La encuesta ha concluido. Muchas gracias por su colaboración.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES POTENCIALES DE CÁRNICOS: COMERCIANTES.

Objetivo: recabar información con la finalidad de realizar un “Estudio de factibilidad para la creación de la empresa municipal de Rostro en el Cantón san Pedro de Huaca – Provincia del Carchi”.

Instrucciones:

- Sírvase en contestar el siguiente cuestionario con la mayor seriedad y sinceridad, esta encuesta es de carácter anónimo.
- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola x, dentro del cuadro según corresponda su respuesta.

Cuestionario:

1. ¿Dónde faena los meses?

- Camal fuera del cantón ☐
- Propio casa ☐
- Otro lugar ☐

Cual _____

2. ¿Qué cantidad de animales faena semanalmente

Porcinos:.....

Bovinos:.....

3. ¿Según su criterio y la experiencia en el negocio cuantas libras aproximadamente de carne procesa diariamente de ganado, bovino, porcino y ovino?

Porcino	0-100 lbs	Bovino	0-160 lbs	Ovino	0-35 lbs
	101-100 lbs		161-320 lbs		36-70 lbs
	201 -300 lbs		521-480 lbs		71-100 lbs

4. ¿Cuánto paga por faenar un animal?

Porcinos:.....

Bovinos:.....

5. ¿De los siguientes animales cual es el que más se faena?

Porcinos:.....

Bovinos:.....

Ovino.....

6. ¿Dónde vende la carne?

Supermercado ☐
Restaurantes ☐
Usted mismo ☐

7. ¿Qué porcentaje de la carne que comercializa Ud. lo vende en el Cantón San Pedro de Huaca?

0% - 50% ☐
31% - 60% ☐
61% - 100% ☐

8. ¿Considera Usted que es necesario reemplazar los métodos tradicionales con técnicos actualizados para mejorar el proceso de faena miento de animales?

Si ☐
No ☐

Porque.....

9. ¿Cree que es necesario realizar un proyecto de investigación que posibilite la creación de la “EMPRESA MUNICIPAL DE RASTRO EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA – PROVINCIA DEL CARCHI”?

Si ☐
No ☐

Porque.....

10. ¿Cree Usted que es beneficioso tener una empresa de Rastro en el Cantón?

Si ☐
No ☐

Porque.....

Nivel de instrucción:.....
Ocupación:.....
Edad:.....

Gracias

La encuesta ha concluido. Muchas gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES POTENCIALES CÁRNICO: FAMILIAS.

Objetivo: recabar información con la finalidad de realizar un “Estudio de factibilidad para la creación de la empresa municipal de Rostro en el Cantón san Pedro de Huaca – Provincia del Carchi”.

Instrucciones:

- Sírvase en contestar el siguiente cuestionario con la mayor seriedad y sinceridad, esta encuesta es de carácter anónimo.
- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola x, dentro del cuadro según corresponda su respuesta.

Cuestionario:

1. ¿Consume Carne?

Sí ☐

No ☐

Porque.....

2. ¿Qué tipo de carne prefiere consumir?

Cerdo ☐

Res ☐

Oveja ☐

3. ¿Con que frecuencia adquiere Ud. carne?

Diariamente ☐ Semanalmente ☐

Quincenalmente ☐ Mensualmente ☐

4. ¿Qué cantidad de carne consume a diario?

Porcino	0-1	Res	0-1	Borrego	0-1
	1.1-1.5		1.1-1.5		1.1-1.5
	1.6-2		1.6-2		1.6-2

5. ¿Cuánto pago Ud. por una libra de carne?

Res	1,00-1,40	Chancho	1,00- 1,40
	1,41-1,60		1,41- 1,60
	1,61-1,80		1,61-1,80
	+ 1,80		+1,81

6. ¿El presupuesto semanal que utiliza para realizar la compra de carne oscila entre?

1,00-3,00
3,00-5,00
5,00-10,00

7. ¿El precio de compra de carne los considera?

Caro ☐ Móxico ☐ Barato ☐

8. ¿Dónde compra usted la carne?

Supermercados	<input type="checkbox"/>	En cual	_____
Mercado populares	<input type="checkbox"/>	En cual	_____
Tercenas	<input type="checkbox"/>	En cual	_____
Frigoríficos	<input type="checkbox"/>	En cual	_____
Otros	<input type="checkbox"/>	En cual	_____

9. ¿Qué analiza Ud. en el producto cuando lo adquiere?

Precio	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Cantidad	<input type="checkbox"/>	Presentación	<input type="checkbox"/>
Facilidad de preparación	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Cual _____

10. ¿Su proveedor es?

Comerciante ☐ Tercena ☐

11. ¿Cómo califica la atención que recibe en donde Ud. compra la carne?

Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

12. ¿Considera Ud. que se debería construir un camal en el Cantón San Pedro de Huaca?

Si ☐

No ☐

Porque.....

13. ¿Considera Usted que es necesario reemplazar los métodos tradicionales con técnicos actualizados para mejorar el proceso de faena miento de animales?.

Si ☐

No ☐

Porque.....

14. ¿Ha escuchado o leído alguna información que está orientada a las Normas de Higiene que debe tener la carne?

Si ☐

No ☐

Porque.....

Nivel de instrucción:.....
Ocupación:.....
Edad:.....

Gracias

La encuesta ha concluido. Muchas gracias por su colaboración.

➤ INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE


FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A AUTORIDADES DEL CANTON SAN PEDRO DE HUACA-
PROVINCIA DEL CARCHI.**

1. ¿Cree Ud. que actualmente los señores de las tercenas, utilizan métodos, técnicas y procedimientos adecuados para conservar la salud e integridad de las personas?
2. ¿Cree Ud. que hay amenazas en la compra de la carne que consumimos?
3. ¿El Gobierno Municipal asume la responsabilidad de velar por la salud e integridad de sus habitantes?
4. Piensa Ud. que la creación de una Empresa de Rastro ayudaría al desarrollo económico y urbanístico.
5. El proyecto incrementara las tasas de Empleo
6. ¿Qué sugerencias daría para la creación del camal?
7. ¿Qué amenazas existe para la creación de este?
8. Donde Cree Ud. que se lo debería ubicar?
9. ¿Por qué no se ejecutan los planes como el del año 2002, en donde consta la creación de un camal?

ANEXO 4

➤ COTIZACIONES




Version: Serie M Dutro FM

Tipo: Camión

Precio: \$36400


Calificación: [Opine sobre este auto](#)








NOTA: Los precios y características pueden variar sin previo aviso

Otras versiones: | [Serie M Dutro FM](#) | [Serie M Dutro FQ](#) | [Serie M Dutro FR](#)

FICHA TECNICA	OPINIONES	COMPARAR
---------------	-----------	----------







Ibarra, 04 de Marzo del 2013

PROFORMA

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Computadores	900,00	900,00
1	Impresora	170,00	170,00
1	Teléfono Fax	120,00	130,00
TOTAL			1200,00

Atentamente

Ing. Jharold Vallejo
WORDTREK ECUADOR
jvallejo@wordtrekecuador.com
www.wordtrekecuador.com

Dirección: Lucila Benalcázar 1-135 y Ave. Teodoro Gómez Ave.
Código postal EC100150
Ibarra-Imbabura-Ecuador
CEL: 0997309797
TEL: 062959397/ 065001429
FAX: 062600441

www.wordtrekecuador.com



Ibarra, 04 de Marzo del 2013

PROFORMA

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Escritorio modular tipo gerente	150,00	300,00
1	Estaciones de trabajo	450,00	450,00
1	Silla tipo gerente	120,00	120,00
1	Sillas giratorias tipo secretaria	20,00	20,00
1	Sillas fijas tipo secretaria	30,00	30,00
1	Archivadores metálicos verticales	90,00	90,00
Total			1.010,00

Atentamente

Ing. Jharold Vallejo
WORDTREK ECUADOR
jvallejo@wordtrekecuador.com

www.wordtrekecuador.com

Dirección: Lucila Benalcázar 1-135 y Ave. Teodoro Gómez Ave.

Código postal EC100150

Ibarra-Imbabura-Ecuador

CEL: 0997309797

TEL: 062959397/ 065001429

FAX: 062600441

www.wordtrekecuador.com



Ibarra, 04 de Marzo del 2013

PROFORMA

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Puerta	670	670
1	Noqueador no penetrador	7.620	7.620
1	Balanceador para noqueador	790	790
1	Tecle eléctrico móvil de 2 toneladas	530	530
1	Exanguinador	3.590	3.590
1	Cortador neumático de patas	3.580	3.580
1	Balanceador para cortador de patas AL	450	450
1	Tecle fijo de 1 tonelada	3.360	3.360
2	Sierra descueradora con hoja de corte	1.680	1.680
1	Descueradora de tambor	8.400	8.400
1	Sierra para esternón	3.136	3.136
1	Balanceador para sierra	3.230	3.230
1	Sierra para canales	9.000	9.000
24	Hojas de corte para sierra	21	504
1	Balanceador para sierra de canales	2.500	2.500
1	Plataforma oleo neumática	8.960	8.960
Total			58.000

Atentamente

Ing. Jharold Vallejo
WORDTREK ECUADOR
jvallejo@wordtrekecuador.com
www.wordtrekecuador.com

Dirección: Lucila Benalcázar 1-135 y Ave. Teodoro Gómez Ave.

Código postal EC100150

Ibarra-Imbabura-Ecuador

CEL: 0997309797

TEL: 062959397/ 065001429

FAX: 062600441

www.wordtrekecuador.com



Ibarra, 04 de Marzo del 2013

PROFORMA

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.UNIT.	V. TOTAL
1	Puerta	600	600
1	Jaula	300	300
1	Aturdidor eléctrico	3400	3400
1	Peladora de cerdos	12.300	12.300
1	Escaldadora de cerdos a gas	7.700	7.700
1	Tecle fijo de 1/2 tonelada	3.100	3.100
1	Tecle fijo de 1 tonelada	3.500	3.500
1	Lavadora de panzas y librillos	12.000	12.000
			42.900

Atentamente

Ing. Jharel Vallejo
WORDTREK ECUADOR
 jvallejo@wordtrekecuador.com
 www.wordtrekecuador.com

Dirección: Lucila Benalcázar 1-135 y Ave. Teodoro Gómez Ave.
 Código postal EC100150
 Ibarra-Imbabura-Ecuador
 CEL: 0997309797
 TEL: 062959397/ 065001429
 FAX: 062600441

www.wordtrekecuador.com